الرؤية الإسلامية لسلوك المستهلك

د. زيد بن محمد الرماني



الطبعة الأولى

دار طويق للنشر والتوزيع

الرؤية الإسلامية لسلوك المستهلك

إعداد وتأليف

دكتور/ زيد بن محمد الرماني
عضو هيئة التدريس
بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

الطبعة الأولى ١٤٢٢هـ/٢٠٠١م

ح دار طويق للنشر والتوزيع، ١٤٢٢هـ

فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر

الرماني، زيد بن محمد

الرؤية الإسلامية لسلوك المستهلك – الرياض.

١٥٤ص، ٢٤سم

ردمك: ١ – ٥٩ – ٨٦٨ – ٩٩٦٠

١– الاقتصاد الإسلامي ٢– الاستهلاك أ– العنوان

ديوي ١٢١, ٣٠٠ ٢٢/١٢٤٧

رقم الإيداع: ٢٢/١٢٤٧

ردمك: ١ – ٥٩ – ٨٦٨ – ٩٩٦٠

دار طويق للنشر والتوزيع

ص.ب ١٠٢٤٤٨ الرياض ١١٦٧٥

تليفون : ٢٤٩١٣٧٤/٢٤٨٦٦٧٧/٢٤٨٦٦٨٨

بريد إليكتروني: E. Mail: dartwaiq @ zajil. net

مكتب القاهرة

هاتف : ٤٥٩٤٦٧٩

محمول : ٠١٢٢٩٦٤٨٣٦

مساكن كورنيش النيل مدخل (٥) شقة (١)

روض الفرج

بسم الله الرحمن الرحيم

المقدمة

إن الحمد لله نحمده ونستعينه ونستغفره ونستهديه، ونعوذ بالله من شرور أنفسنا وسيئات أعمالنا، من يهده الله، فلا مضل له، ومن يضلل فلن تجد له وليًّا مرشدًا، وأشهد أن لا إله إلا الله وحده لا شريك له، وأشهد أن محمدًا عبده ورسوله صلى الله عليه وعلى آله وصحبه وسلم.

١- أهمية البحث:

يعتبر الاستهلاك أحد جوانب النظرية الاقتصادية الجزئية والكلية، ويُعّد المحرك الأساس للنشاط الاقتصادي، والباعث على الإنتاج.

والاستهلاك هو عبارة عن استخدام السلع والخدمات من أجل إشباع الحاجات والرغبات الإنسانية.

ولذا، يرى بانفيلد(١): " أن نظرية الاستهلاك هي الأساس العلمي لعلم الاقتصاد"(*).

ومعنى ذلك أن دراسة السلوك الاستهلاكي وفهم حقيقة الوظيفة التي يؤديها المستهلك تعد أمرًا ضروريًا لتفسير كثير من الظواهر والمشكلات الاقتصادية، ونظرًا لتلك الأهمية التي يمثلها المستهلك وخطورة تأثيره في الحياة الاقتصادية للمجتمع، فقد تعددت الدراسات التي هدفت إلى تحليل

---

(١) ينظر: الفرد مارشال- أصول الاقتصادية، ترجمة: وهيب مسيحة، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، ١٩٥٢م، ص ١٣٩.

(*) يرى بانفليد Banflide هذا الرأي عقيدة، وقد أخذها عنه جفونز كأساس للتحليل الذي قام به.

سلوكه والتوصل إلى مبادئ ومفاهيم حول هذا السلوك[١].

يقول أحد الباحثين[٢] مبينًا ذلك: "تعتبر نظرية سلوك المستهلك على قدر بالغ من الأهمية في الأدب الاقتصادي المعاصر. إذ إنها تساعد على التنبؤ بالطريقة التي يخصص بها المستهلكون دخولهم النقدية بين مجاميع السلع البديلة، كما أنها في نفس الوقت تساعد على تفهم طبيعة طلب السوق".

ونظرًا لهذه الأهمية فقد استحوذت نظرية الاستهلاك في الاقتصاد الوضعي على مزيد من البحث والتحليل على المستويين النظري والتطبيقي للتعرف على أهم جوانبها. وقد تركزت هذه البحوث والدراسات على دراسة نظرية لسلوك المستهلك وأساليب ونماذج تحليلية، ولازالت الأبحاث والدراسات تتوالى في وقتنا الحالي من أجل التوصل إلى نظرية متكاملة يمكن أن تفسر وتحلل سلوك المستهلك.

وقد تكلم الفقهاء عن استهلاك المسلم للسلع والخدمات سواء باستخدام هذا المصطلح أو بمصطلحات أخرى.

---

(١) د. علي السلمي – الإعلان، مكتبة غريب، القاهرة، ١٩٧٨م، ص ٤٩-٥١.

(٢) د. أمين منتصر – محاولة لصياغة نظرية سلوك المستهلك في الاقتصاد الإسلامي: المعيار الوزني، بحث مقدم للمؤتمر الدولي الثالث عشر للإحصاء والحسابات العلمية والبحوث الاجتماعية والسكانية، القاهرة، ١٤٠٨هـ، ص ٢٧١.

هدف البحث:

إن النظرية الاقتصادية لابد أن ترتبط ارتباطًا وثيقًا بعقيدة المنظر، ودراسة بعض جوانب النظرية الاقتصادية الإسلامية لابد أن يرتكز على العقيدة الإسلامية، وحيث إن النظرية الاقتصادية لسلوك المستهلك من أهم جوانب النظرية الاقتصادية.

لذا كان الهدف من هذا البحث دراسة سلوك المستهلك في ضوء الشريعة الإسلامية ومحاولة صياغة نظرية لهذا السلوك، وتحديد دالة الاستهلاك التي تناسب القيم والمبادئ الإسلامية (المسلمات) المبنية عليها.

سبب اختيار البحث:

لقد دعاني لاختيار هذا البحث عدة أسباب منها:

١- إن المشكلة الاقتصادية التي شغلت بال العلماء، وجعلوها موضوعًا لعلم الاقتصاد ينظر إليها النظام الرأسمالي والاشتراكي من خلال مبادئه وتصوراته المادية، ولذلك فإن الحلول الموضوعية لهذه المشكلة تأتي قاصرة عن تحقيق الغاية، ورأيت في نمط وقواعد السلوك الاستهلاكي في الإسلام عونًا كبيرًا لعلاج هذه المشكلة إلى جانب الحلول الأخرى التي وضعها النظام الاقتصادي في الإسلام.

٢- إن موضوع سلوك المستهلك في الاقتصاد الإسلامي لا يزال في حاجة إلى مساهمة تبين قواعده وأسسه، وتميزه عن غيره من الأنظمة الوضعية، كما أن الحاجة ماسة إلى أن تتعدد البحوث في مواضيع الاقتصاد الإسلامي من عدة باحثين للوصول إلى آراء علمية تسهم في بناء الاقتصاد الإسلامي.

٣- إن الجانب الاستهلاكي من القضايا المهمة والأساسية في العالم المعاصر حيث تنتشر المجاعات في أنحاء كثيرة من العالم، وفي المقابل تكثر أمراض التخمة والإسراف الغذائي في قطاعات أخرى من المجتمعات المعاصرة، ما هذه إلا صورة من المشكلات التي تعاني منها المجتمعات في الوقت الحاضر، مما يدل على أن الأنماط والقواعد السائدة في استهلاك المجتمعات منحرفة عن الخط الصحيح، فبدرت الحاجة إلى إبراز المنهج الإسلامي في سلوك المستهلك، والقواعد التي وضعها الإسلام لتنظيم هذا السلوك.

٤- ثم إن وجود بعض التعارض بين مسلمات نظرية سلوك المستهلك كما عرفها الاقتصاد الوضعي والقيم والمفاهيم الإسلامية للاستهلاك وسلوك المستهلك يقتضي صياغة إسلامية لنظرية سلوك المستهلك.

٥- وأخيرًا. أهمية هذا الموضوع على مستوى الاهتمام الفردي، أو الأسري اقتصاديًا واجتماعيًا. بالإضافة إلى أهميته بالنسبة للدولة سواء من الناحية الاقتصادية أو الاجتماعية أو السياسية.

لهذه الأسباب مجتمعة وغيرها جاء اختياري لهذا الموضوع.

منهج البحث :

إن معالجة الاقتصاد من الناحية الإسلامية يقتضي وضع منهج متكامل لعلم الاقتصاد الإسلامي آخذًا في الاعتبار أن فقه المعاملات وحده لا يمكن أن يشمل الاقتصاد باعتباره علمًا متميزًا قائمًا بذاته، ولقد تنبه إلى هذه النقطة

الكثير ممن يهتم بالاقتصاد الإسلامي. يقول أحد الباحثين[(١)] : " إن كل كتابة في الاقتصاد الإسلامي هي بالضرورة تقعيد من المنظور الاقتصادي لأحكام فقهية، بينما لا يلزم بالضرورة أن تكون كل كتابة فقهية حتى ولو كانت في فقه البيوع والمعاملات هي كتابة في الاقتصاد الإسلامي".

ولهذا، فقد سلكت في بحثي المنهج التحليلي، حيث استندت فيه على صياغة النصوص قرآنًا وسنة وعلى أقوال وآراء الفقهاء والباحثين في مجال الاقتصاد الإسلامي وتحليل هذه النصوص والأفكار والآراء، في محاولة الوصول إلى تحديد مقومات ومفاهيم سلوك المستهلك، ثم بيان مكانتها في الاقتصاد الإسلامي، وتأثيرها على طلب السوق.

ولتأكيد الأهمية النظرية والتطبيقية لموضوع البحث، جرت مقارنة المعالجة الإسلامية لسلوك المستهلك – وبالقدر الذي يسمح به البحث – مع النظام الرأسمالي خاصة، والنظام الاشتراكي أحيانًا. وداخل إطار هذا المنهج كنت حريصًا على تعضيد الأفكار المطروحة في هذه المعالجة بالنصوص والأحكام الشرعية، واستشارة أوثق المصادر والمراجع ما أمكن ذلك.

وأما العناصر التفصيلية للمنهج الذي سلكته في كتابة فصول البحث – إلى جانب ما سبق – فيتمثل فيما يلي :

١– وثقت كل آية ورد ذكرها في البحث إلى موضوعها في القرآن الكريم، بذكر اسم السورة، ورقم الآية، في كل موضوع ترد فيه.

٢– قمت بإحالة ما ورد في البحث من أحاديث إلى موضعها في كتب

---

(١) د. رفعت العوضي – الاقتصاد الإسلامي، مكتبة الطالب الجامعي، مكة المكرمة، ١٤٠٧هـ، ص ٨٤.

السنة التي روتها، مع بيان درجة الحديث – بقدر الإمكان – .

٣- حاولت – قدر المستطاع – الرجوع إلى المصادر الأصلية عند تخريج الآثار.

٤- التزمت بالرجوع إلى المصادر الإسلامية الأصلية، خاصة في المسائل الفقهية، والاعتماد- ما أمكن ذلك – على الكتب الأمهات، مع الاستفادة من المراجع الفقهية الحديثة عند الحاجة.

٥- حرصت على ذكر الرأي الراجح، مع بيان أسباب الترجيح، عند الموضوعات التي تحتاج إلى ذلك.

٦- حرصت على دعم الآراء الاقتصادية بمواقف وآراء الفقهاء، باعتبار الفقه وأصوله من الأسس والقواعد التي ينطلق منها باحثو الاقتصاد الإسلامي.

٧- نسبت كل نص أو فكرة ترد في متن البحث، إلى المرجع الذي اقتبستها منه وعندما تكون الفكرة مشهورة، ولا يمكن نسبتها إلى كاتب معين، فإني أدل عليها بمرجع أو أكثر على سبيل المثال في الهامش.

٨- استخدمت الرموز الإحصائية، وأحيانا المعادلات الرياضية، لتوضيح بعض الأفكار والموضوعات، وقمت بتحليلها اقتصاديًا في المواضع التي تحتاج إلى ذلك.

٩- قمت بشرح بعض المصطلحات الرئيسة في البحث، سواء من الناحية اللغوية، أو الفقهية، أو الاقتصادية، بحسب الحاجة.

ولحماية البحث من التعرض لمسائل جانبية قد تخرجه عن هدفه الأصلي،

فقد اعتمدت على الاختصار والابتعاد عن التفاصيل فيما يتعلق بالجوانب الرئيسة الفقهية والاقتصادية التي يرتكز عليها البحث، والتي سبق شرحها وبحثها بالتفصيل من قبل العلماء والباحثين في الفقه والاقتصاد، مع الإحالة إلى المراجع المتخصصة في كل جانب.

ومن أجل إعطاء موضوع البحث حقه من البحث، فقد زرت واستفدت من أغلب المكتبات المركزية، ومراكز المعلومات في المملكة.

ونظرًا لما للعلاج النظري من أهمية وضرورة في هذه المرحلة فإن معالجة سلوك المستهلك من الناحية النظرية يكتسب اهتمامًا خاصًا لتعلقه بالسلوك الإنساني.

ومن المستحسن هنا أن نذّكر ببعض الحقائق المهمة في الموضوع وهي:

١- باعتراف علماء الاقتصاد الوضعي أنفسهم أن النظرية تنشأ لبيان الواقع وتفسيره، وترتبط به من حيث إطارها وفرضياتها، كما أنهم يقرون بأن (الغالبية العظمى من النظريات الاقتصادية التي نجدها حتى الآن في كتب الاقتصاد هي نظريات من عمل اقتصاديين عاشوا في دول الغرب، وتأثروا بلا شك بتاريخهم وبالبيئة الاقتصادية التي عاصروها وبالفلسفات التي اعتنقوها)[1].

٢- إن النظرية الاقتصادية في صورها الغربية المختلفة تنبني أساسًا على مرتكزات مادية فردية، ولهذا تفشل في معالجة جميع المسائل التي تتعلق بالمجتمع، كما تؤدي بالفرد إلى طريق مسدود، حيث يصبح مستسلمًا للدعايات الاستهلاكية، وبذلك يعيش في دوامه من الحاجات الاستهلاكية

---

(١) د. عبد الرحمن يسري أحمد – مبادئ علم الاقتصاد، دار النهضة العربية، د.ت. ص ٧-٩.

وفي قلق بسبب عدم قدرته على مسايرة هذه الدوامة، فلا يكون أمامه أي منفذ للخلاص حيث يستحيل عليه تحقيق استقراره النفسي(١).

٣- إن أي نظرية مهما ادَّعت الحياد إلا أنها وباعتراف المحققين منهم مشبعة بالقيم المتوارثة والسائدة(٢). ومعنى ذلك أن صلاحية أي نظرية غربية مرهونة بالزمان والمكان . ولذلك فإن من نقاط المفاضلة بين الاقتصاديات الوضعية هي أن الاقتصاديين المسلمين يرفضون دومًا حياد علم الاقتصاد، ويقرون منذ البداية أن اقتصادهم الإسلامي زاخر بالقيم. ومن هنا فإن علم الأخلاق يعتبر بالنسبة للاقتصاد الإسلامي من مقدماته الأولية. إن نمط السلوك الإنساني الذي يفترضه الاقتصاد الإسلامي – بصورة أساسية – هو سلوك الشخص بالمُثل والقيم الإسلامية مثل مسئوليته أمام الله سبحانه وتعالى، وعنايته واهتمامه بالآخرين، والالتزام الذاتي، والقناعة، والغيرية(٣). ومن المدهش حقًا أن بعض الاقتصاديين الذين كانوا يتبنون المنطق الوضعي في الاقتصاد تراجعوا فيما بعد عن هذا الموقف. وعلى رأس هؤلاء الاقتصاديين (جونار ميردال) الذي يقول إنه من

---

(١) د. عبد العزيز فهمي هيكل – مدخل إلى الاقتصاد الإسلامي، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٤٠٣هـ، ص٢٨.

(٢) يراجع في ذلك :

Peterson Income, Employment and Economic Growth, New York, 1978, p. 24-26,

Todaro – Economic Development in the Third World, New York, 1977, p. 8-9,

Myrdal – Challenge of World Poverty, New York, 1970, p. 25-28,

و د. خورشيد أحمد – " التنمية الاقتصادية في إطار إسلامي"، ترجمة : د. رفيق المصري. مجلة أبحاث الاقتصاد الإسلامي، العدد الثاني، ص ٤٩–٥٠، مركز أبحاث الاقتصاد الإسلامي، جامعة الملك عبد العزيز، جدة، ١٤٠٢هـ.

(٣) د. نوزات يالجنطاش – ندوة (مشكلات البحث في الاقتصاد الإسلامي)، المجمع الملكي لبحوث الحضارة الإسلامية، عمَّان، ١٤٠٧هـ، ص ٣٧–٣٨.

الضروري في كل بحث اقتصادي أن نعمل من البداية وحتى النهاية بمبادئ واضحة، فنعيد إلى علم الاقتصاد طابعه كعلم أخلاقي[١].

٤- يرتبط الاقتصاد الإسلامي بفروع المعرفة الإسلامية، وذلك لأنه ينهل من نفس المصادر التي تنهل منها هذه الفروع، كما أن الاقتصاد الإسلامي يدرس جانبًا من السلوك الإنساني، وهذا السلوك نفسه الذي تدرس جوانبه الأخرى في الفروع الأخرى من العلوم الإنسانية على أن للاقتصاد الإسلامي علاقات أوثق مع بعض العلوم الإسلامية، وخاصة علوم العقيدة والأصول والفقه والتاريخ والأخلاق.

٥- لا جدال في أن العالم الإسلامي له قيمه المختلفة عن غيره، وما دمنا سلَّمنا بذلك فعلينا من منطق إسلامي ومن منطق علمي أن نتعرف على ما يلائمنا، وعلى ما يفسر واقعنا ويوجهه. ولا شك أن تحقيق ذلك إنما يكون بصياغة واكتشاف نظريات اقتصادية نابعة من واقعنا، فإن لم يكن ذلك متاحًا حاليًا فلا أقل من مراجعة الموجود من تلك النظريات مراجعة فاحصة ناقدة تكشف عن كل ما فيها من مثالب عاملة على إبعادها من جهة، ومن ثم تعديل وتطوير تلك النظريات من جهة أخرى.

٦- أن أي اقتصادي مهتم بالاقتصاد الإسلامي يرى ضرورة أن تكون هناك نظرية مستقلة لسلوك المستهلك في الاقتصاد الإسلامي، إذ إن مثل هذه النظرية لم تطور بعد، وهناك مشكلة حقيقية في صياغة النظرية الوضعية المتعلقة بسلوك المستهلك فصياغة النظرية الواقعية تتطلب الملاحظات الفعلية عن الإنسان (الاقتصادي) المسلم، ولكن ليس هناك مجتمع في العالم المعاصر يمكنه أن يدعي بأنه إسلامي تمامًا، بمعنى أنه مجتمع يقيم إطارًا تنظيميًا تلتزم فيه

---

(١) د. محمد إبراهيم منصور – ندوة الاقتصاد الإسلامي، بغداد، ١٤٠٣هـ، ص ٤٣.

العوامل الاقتصادية بتعاليم الإسلام وشرائعه[١].

هذا، وعلى الرغم مما بذلته من جهد، فيبقى جهد المقل، فما كان فيه من صواب فمن الله، وما كان فيه من خطأ فمني ومن الشيطان، وأعوذ بالله منه، واستغفر الله، وأرجو أن يغفر لي الناقد – فالناقد بصير – ما يجد من سهو أو خطأ، وفوق كل ذي علم عليم.

كما أرجو أن أوفق مستقبلاً في مواصلة البحث في هذا الموضوع " سلوك المستهلك في الاقتصاد الإسلامي"، من جوانب أخرى إن شاء الله، فهو موضوع مهم ودراسة تحتاج إلى مزيد بحث وتأمل.

وآخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين، نبينا محمد عليه وعلى آله وأصحابه أجمعين.

الباحث

زيد بن محمد دحيم الرماني

الرياض في / / ١٤هـ

ص ب: ٣٣٦٦٢ الرياض ١١٤٥٨ السعودية

(١) د. خورشيد أحمد – ندوة (مشكلات البحث في الاقتصاد الإسلامي)، مرجع سابق، ص ١٠٩.

الفصل الأول

الصياغة النظرية لسلوك المستهلك

١/١ سلوك المستهلك في الاقتصاد الوضعي.

١/١/١ سلوك المستهلك في الاقتصاد الرأسمالي.

٢/١/١ سلوك المستهلك في الاقتصاد الاشتراكي.

٢/١ سلوك المستهلك في الاقتصاد الإسلامي.

١/٢/١ القواعد الحاكمة لسلوك المستهلك.

٢/٢/١ العوامل المؤثرة على سلوك المستهلك.

٣/٢/١ العناصر المكونة لسلوك المستهلك.

الفصل الأول

الصياغة النظرية لسلوك المستهلك

إن من أهم واجبات علماء الاقتصاد الإسلامي هو العمل على إبراز الملامح الرئيسة للنظام الاقتصادي الإسلامي، وإظهار كيفية تطبيق قواعد هذا النظام في الحياة العملية.

وهذا يتطلب التركيز على إبراز الاقتصاد الإسلامي كيانًا مستقلاً عن غيره من النظم الاقتصادية الوضعية، ودوره في حل المشكلات الاقتصادية والاجتماعية التي تواجه مختلف بلدان العالم على مختلف معتقداتها ومذاهبها، خصوصًا وأن النظام الاقتصادي الإسلامي يعد جزءًا من الشريعة الإسلامية.

ونظرًا، لأن سلوك المستهلك من أهم جوانب النظرية الاقتصادية الجزئية، فقد نال نصيبًا من البحث من قبل علماء الاقتصاد الإسلامي من أجل التعرف على العوامل المؤثرة عليه. ولكن ما زالت هناك حاجة إلى مزيد من البحث والتأصيل.

ولذلك، نحاول في الفصل الأول أن نعرض القواعد الحاكمة لسلوك المستهلك والعوامل المؤثرة عليه والعناصر المكونة له في الاقتصاد الإسلامي، بعد أن نتناول سلوك المستهلك في نظر الاقتصاد الرأسمالي والاشتراكي،من حيث العوامل المؤثرة على هذا السلوك، والعناصر المكونة له.

١/١ سلوك المستهلك في الاقتصاد الوضعي:

١/١/١ سلوك المستهلك في الاقتصاد الرأسمالي:

لقد نشأت قضية سلوك المستهلك في الغرب بعد ظهور الرأسمالية، وهي نتاج ما يسمى بالعقلانية الاقتصادية والنفعية. فالعقلانية الاقتصادية تفسر السلوك البشري على أنه نتيجة عملية حسابية دقيقة موجهة بحذر وعناية نحو النجاح الاقتصادي[1]، علمًا بأن النجاح الاقتصادي يعرف على أنه تحويل الإنسان إلى مكاسب مالية.

أما النفعية في فلسفة الرأسمالية فهي المعين للقيم الأخلاقية.

ومن هنا نستطيع القول إن الاقتصاد الرأسمالي يقوم على أربعة مبادئ أو ركائز فلسفية هي :

١ـ مبدأ المنفعة : والذي يقول إن المتعة أو المنفعة هي الخير والهدف الأسمى الذي يجب أن ينشد من قبل الأفراد والمجتمعات.

٢ـ مبدأ العقلانية : والذي يربط بين الوسائل والغايات، والذي بناءً عليه يختار الفرد والمجتمع بين البدائل (الوسائل) التي تحقق أعلى معدلات الإشباع للحاجات الإنسانية (الغايات).

٣ـ مبدأ الفردية : والذي يقول باستقلالية كل فرد وبأن كل فرد يغلّب مصلحته على مصلحة غيره.

---

(١) ماكس فيبر - الأخلاق البروتستانتينيه وروح الرأسمالية، ترجمة د. أبو بكر باقادر، و د. أكرم طاشكندي، مكتبة مصباح، جدة، ١٤٠٩هـ، ص ١٠٧-١٠٨.

٤- مبدأ الحرية : وهذا المبدأ يمثّل حجر الزاوية في الاقتصاد الرأسمالي، وخاصة في جانبه الاقتصادي، ويقصد بالحرية هنا حقوق الملكية واستغلال المواهب والقدرات وحرية الاستهلاك.

مفهوم سلوك المستهلك :

هناك عدة تعريفات لسلوك المستهلك، منها : أنه : " السلوك الذي يسلكه الفرد في تخطيط وشراء السلعة ثم أخيرًا استهلاكها"(١). وكذلك عُرّف بأنه : " الخطوات التي يتبعها الأفراد في تقرير الشراء، تقرير نوعية ما يشتري من سلع أو خدمات، توقيت الشراء، كيفية الشراء، ومن أين يتم الشراء"(٢) وأيضًا سلوك المستهلك هو : " الأفعال والخطوات والعلاقات التي يسلكها الأفراد للحصول على السلع والخدمات واستهلاكها" (٣) ومن هذه التعريفات يمكن القول إن سلوك المستهلك ينصرف إلى " تصرفات الأفراد المتعلقة بصورة مباشرة بالحصول على السلع والخدمات الاقتصادية واستهلاكها، بما في ذلك عمليات القرارات التي تسبق هذه التصرفات وتحددها ".

أهمية فهم سلوك المستهلك(٤) : لقد بدأ الاهتمام بدراسة سلوك المستهلك مع بداية الخمسينيات، حينما أدرك رجال الأعمال عدم جدوى السياسة التي تقوم على التركيز على الإنتاج أو تبني مفهوم بيعي في تصريف منتجاتهم. فقد أصبح من الواضح أن أي منظمة أو منشأة تريد أن تنمو

---

(١) Runyon – Consumer Behavior, Charle Merrill- Publishing Company, 1980, p.48.

(٢) Paul – Consumer Behavior, Irwin, 1970, p.6.

(٣) Zaltman - Consumer Behavior, John Wiley, 1979, p.6.

(٤) ينظر : د. زهير الصباغ، "نظرة سلوكية إلى سلوك المستهلك"، مجلة الإدارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية، بغداد، ع٧، ١٩٨٢م، ص ١٤٣-١٤٥.

وتستمر في مجال نشاطها، فإن عليها القيام بمجهود في تحديد ما يريده عملاؤها الحاليون والمرتقبون من سلع وخدمات.

ولا يعني هذا أن أهمية دراسة سلوك المستهلك تظهر فقط في المجتمعات المتقدمة صناعيًا، والتي تزداد فيها المنافسة بين المنتجين للحصول على أسواق كافية لمنتجاتهم، ولكنها تمتد أيضًا إلى المجتمعات النامية وتلك التي تأخذ بنظام التوجيه الكامل مثل الاقتصاد الروسي سابقًا وما يدور في فلكه من دول أوروبا الشرقية. ففي جميع الأحوال تتم عملية الإنتاج إشباعًا لحاجات، وتلبية لطلب موجود في السوق، ولكن مع تفاوت درجة الاهتمام التي تعطى لرغبات المستهلك وحاجاته.

ونتيجة لهذا الاهتمام بسلوك المستهلك بدأ عمليًا ونظريًا استخدام العلوم السلوكية للنظر إلى سلوك المستهلك، نظرة سلوكية وليس نظرة اقتصادية محضة.

وبالرغم من أهمية دراسة سلوك المستهلك، إلا أن هذه الدراسة تعترضها بعض الصعوبات، ومنها[١] مثلاً : تعدد النظريات التي تحاول تفسير السلوك الإنساني والاستهلاكي، مما أدى إلى صعوبة وجود نمط واحد مقبول لتفسير السلوك الاستهلاكي للأفراد، وكذلك عدم خضوع الأنماط السلوكية والاستهلاكية للأفراد عند تحليلها لمعايير أو مقاييس موضوعية، وإنما يتم ذلك غالبًا وفق معايير ذاتية، ثم إن سلوك المستهلك يعتبر نتيجة تفاعل مجموعات متعددة من العوامل الداخلية والخارجية، يصعب معها إرجاع السلوك

---

(١) Mellott – Fundamentals of Consumer Behavior, Pern Well Book, Tulsa, 1983,p.43.

الاستهلاكي لعامل دون آخر.

وهذه الصعوبات ناشئة من تعدد العوامل المؤثرة على سلوك المستهلك إلا أننا نشير إلى أن عملية التنبؤ بسلوك المستهلك - مع ذلك - ممكنة، بدليل هذه الدراسات المتكاملة في العلوم الاقتصادية والعلوم السلوكية لهذا السلوك.

العوامل المؤثرة على سلوك المستهلك[1]:

تساعد النظرية الاقتصادية في توقع سلوك المستهلك، عند الأخذ في الاعتبار الدخل والأسعار كمعايير لسلوك المستهلك الشرائي. كما أن هناك عوامل غير اقتصادية تفسّر الكثير من السلوك الاستهلاكي للفرد، والتي منها عوامل اجتماعية مثل : انتماء الفرد إلى جماعة مرجعية، والطبقة الاجتماعية، والمنزلة الاجتماعية، وكذلك عوامل ثقافية مثل : نمط الحياة، والتكوين السكاني الذي يعيش فيه الفرد، وأيضًا عوامل نفسية مثل : الاتجاهات والمواقف النفسية والتعلم.

بل إن هناك عوامل أخرى تؤثر في سلوك المستهلك بدرجات متفاوتة كأسلوب الحياة الذي يقيس ردود فعل المستهلك وفقًا لنشاطاته اليومية ولرغباته وميوله. ويؤكد ذلك ما استنتجه كل من والندور وزالتمان[2] من أن العوامل البيئية تؤثر في سلوك المستهلك وتتدخل في اتجاهاته وآرائه في عملية

---

(١) ينظر للاستزادة- د. عبد الهادي النجار - مبادئ علم الاقتصاد، دار النهضة العربية، القاهرة ١٩٨٨م، ص ١٤٦-١٥٠، و د. فايز الزعبي- " تقييم المستهلك الأردني لبعض المؤشرات الاقتصادية في ظل الظروف الراهنة والمستقلة "، مجلة مؤته للبحوث والدراسات، الأردن، م١، ع٢، ١٩٨٦م، ص ١٧٠ - ١٧٤، و د. ماجدة إبراهيم سيد فرج- العوامل المحددة لحجم واتجاه الاستهلاك النهائي للقطاع العائلي، معهد التخطيط القومي، القاهرة، ١٩٨٨م، ص ١٢ - ٣٦.

(٢) Zaltman and Wallendor – Consumer Behavior – Basic Findings and Management Implications, 2 Edition, John Wiley and Sons Inc., New York, 1983,p.445.

الشراء سلبًا وإيجابا. إن هذه الخصائص الاجتماعية والاقتصادية التي تتعلق بالظروف المحيطة تؤثر في مرحلة ما بين تكوين النية للشراء، وعملية الشراء الفعلية، وفي نفس الوقت تتفاوت درجات التقدير لهذه العوامل البيئية من قبل المستهلكين ودرجات تأثيرها على سلوك المستهلك.

ويضيف كل من أنجل وبلاك ول(١)، أن للخصائص الاقتصادية والإحصائية السكانية أثرًا كبيرًا على قرار الشراء من حيث تكوين النية أو الرغبة في الشراء واختيار السلعة ووقت الشراء. إن الظروف البيئية والقدرة على التنبؤ بها تنعكس على السلوك الاستهلاكي من منطلق أن هذه الظروف قد تعتبر في نظر المستهلك متغيرات أو عوامل إيجابية أو سلبية تؤثر على قرار الشراء. ومثل هذه المتغيرات التغير في الدخل، وسوق العمل والبطالة والاختلاف في خصائص المناطق الجغرافية.

ويؤكد هذا الجانب من أثر الظروف البيئية وودز(٢)، بقوله : إن تغير الاتجاهات والآراء لدى المستهلكين ينعكس على سلوكهم الاستهلاكي، حيث إن اتجاهات المستهلك تعتمد على مدى ثقته بالظروف الحالية والمستقبلية.

إن الاتجاهات وآراء المستهلكين ذات علاقة بتغير ظروف البيئة المحيطة، حيث أنه في حال حدوث نمو اقتصادي على المستوى العام يبدأ المستهلك بتنظيم نفسه استعدادًا للظروف المتوقعة، ولهذا السبب نجد أن المستهلك يؤثر في

---

(١) Engel and Black Well – Consumer Behavior, 4th Edition, College Publishing, New York, 1982,p.43-45.

(٢) Woods – Consumer Behavior, Elsevier North – Holland, Inc., New York, 1981,p.259.

أحداث المستقبل وظروفه على ضوء ما تحمله آراؤه واتجاهاته لهذه الظروف.

لقد أثبتت الدراسات النفسية أن هناك علاقة بين توقع الفرد وطموحة، حيث إن الإنسان الذي يتوقع تحسنًا في مستواه ووضعه المادي، ويكون مدركًا لهذا التوقع فإن توقعه ينعكس على إدراكه ويكون دافعًا وحافزًا للفرد لأن يعمل بهذا الاتجاه الذي توقعه للوصول إلى المستوى المرغوب.

لقد أكدّ ذلك نيومان[1] من خلال الدراسات التي قام بها في أوائل الستينيات والتي حاول من خلالها تأكيد علاقة الدخل بقرار الشراء، فقد وجد أنه بالإضافة إلى مستوى الدخل كمحدد رئيس لقرار الشراء، فإن هناك معيارًا أكبر تأثيرًا على قرار الشراء، ألا وهو مستوى رضا الفرد عن مستواه المالي والمعيشي، وتوقعاته لما ستئول إليه ظروفه المالية مستقبلاً.

وعليه فإن من محددات سلوك المستهلك ما يلي :

١. الدخل : الذي يحصل عليه المستهلك؛ إذ يتوقف حجم الاستهلاك على حجم الدخل، فكلما زاد الدخل زاد الاستهلاك بنسبة أقل من نسبة زيادة الدخل.

٢. كيفية توزيع الدخل بين ما ينفق على الاستهلاك، وما يمكن ادخاره منه، وتؤدي زيادة الإدخار – غالبًا – بنسبة أكبر من نسبة زيادة الاستهلاك، ويتوقف ذلك على مستوى الدخل أولاً.

٣. الحاجات الشخصية لأفراد المجتمع، إذ يختلف الاستهلاك كمًا ونوعًا باختلاف ميول المستهلك الشخصية، وحالته الاجتماعية وظروفه العائلية

---

(١) Newman – On Knowing the Consumer, John Wiley and sons Inc., New York, 1966,p.23-37.

وأحواله البيئية والمجتمع الذي يعيش فيه.

٤. الثمن المحدد للسلع والخدمات، فكلما زادت الأسعار، قلّ الاستهلاك – غالبًا –، طالما ظل الدخل ثابتًا.

العناصر المكونة لسلوك المستهلك :

ويكون الحديث عن ثلاثة مكونات أساسية لسلوك المستهلك، على النحو التالي :

١– العقلانية الاقتصادية (الرشد الاقتصادي) :

يسبغ الاقتصاد الرأسمالي وصف العقلانية على سلوك المستهلك، إذا استطاع أن يصل بإنفاق دخله المحدود وفق أسلوب عقلاني إلى أقصى منفعة ممكنة، بصرف النظر عن مضمون المنفعة وحقلها، وعن آثارها وأبعادها الاقتصادية والاجتماعية والأخلاقية، وعن الوسائل والسبل التي يسلكها الفرد للوصول إلى هذه المنفعة. ومن ثم فإن استهداف الفرد أقصى منفعة بأسلوب متعقل قائم على الموازنة والمفاضلة في مجال الاستهلاك، يكسبه صفة الرشد.

إلا أن هذا التحليل لمفهوم الرشد في الاقتصاد الرأسمالي منتقد[1]؛ حيث إنه يقصر الرشد على أسلوب وطريقة وصول الإنسان إلى تعظيم (تكبير) منافعه الفردية، غير آخذٍ في الاعتبار طبيعة هذه المنفعة وآثارها على مصلحة المجتمع والفرد الحقيقية، ولا طبيعة الوسائل التي يسلكها لتحقيق هذه المنفعة.

---

(١) ينظر في الانتقادات الموجهة لمفهوم الرشد : أحمد الكبيسي– الحاجات الاقتصادية في المذهب الاقتصادي الإسلامي، مطبعة العاني، بغداد ١٤٠٨هـ، ص ٢٨١–٢٨٥، و د. سعيد سعد مرطان – مدخل للفكر الاقتصادي في الإسلام، مرجع سابق، ص ١٠٨–١١٤.

كما أنه لا يميز بين اختيار الفرد الذي تعبّر عنه دالة المنفعة (دالة الاختيار)، وبين مصلحته الحقيقية، بل يفترض تطابق الاختيار مع المصلحة. ومن ثم فلو فاضل مستهلك ما بين مجموعة من السلع فيها ما هو مضر بالفرد والمجتمع، فاختار حزمة السلع المضرة فإنه يعتبر رشيدًا، بحسب الاقتصاد الرأسمالي، طالما أنه يرى في هذه الحزمة ما يعظّم المنفعة لديه. إضافة إلى أن الاقتصاد الرأسمالي لا يضع من الضوابط ما يحقق هذا الرشد في الوسائل، والهدف الذي يتوخاه المستهلك من سلوكه، بل يتحدث عن القيود التي تقيّد سلوك المستهلك أو المنتج في اندفاعه نحو تحقيق المنفعة القصوى كأسعار السلع والخدمات والدخل المتاح(١).

وكذلك نحن ندرك أهمية المؤثرات البيئية والاجتماعية والسياسية والتجارية على سلوك المستهلك واختياره للسلع(*)، فكثيرًا ما يواجه المستهلك سلعًا جديدة ليس لديه معرفة سابقة بها، فيضطر إلى المغامرة بشرائها، ربما بدافع الفضول أو تحت تأثير الحملات الدعائية أو بدافع محاكاة الغير.

وبهذا يتبين لنا إذا ما أخذنا في الحسبان مصلحة الفرد والجماعة من خلال تقويم الوسيلة والهدف لسلوك المستهلك أن مفهوم الرشد قاصر في الاقتصاد الرأسمالي عن تحقيق الرشد الحقيقي.

٢- سيادة المستهلك :

يعطي تحليل سلوك المستهلك في الاقتصاد الرأسمالي نتائجه بافتراض

---

(١) د. حسين غانم- " الإسلام والرشد الاقتصادي"، مجلة الاقتصاد الإسلامي، دبي، ع٤٧، شوال ١٤٠٥هـ، ص ٤٢.

(*) سبقت الإشارة إلى ذلك عند الحديث عن العوامل المؤثرة على سلوك المستهلك، ص ١٨.

سيادة المستهلك أي تملكه للقوة الشرائية، وحريته في شراء ما يريد من سلع وخدمات.

وتقوم سيادة المستهلك في الاقتصاد الرأسمالي على أساس أن كل إنسان هو خير حكم على ما هو أفيد له بين السلع والخدمات التي يمكن أن ينفق عليها دخله .. يقول جون كينيث غالبريث : " المستهلك إذا جاز التعبير هو الملك. وإن كل مستهلك هو الناخب الذي يقرّر بصوته أن هذا ما يجب عمله، لأنه يريده أن يُعمل"[1].

إن مَنْ يطالع الكتب والأبحاث المتعلقة بالتعلم الاقتصادي يرى أنها تنزّل المستهلك منزلة رفيعة، وتعتبره الشخصية السائدة التي تمسك بزمام المبادرة. فهو الذي يسعى للسوق لتأمين حاجاته الأصلية الكامنة أو التي تفرضها عليه البيئة، فيشتري منها ما يحتاجه من سلع وخدمات.

وهكذا نرى أن الأوامر تسير باتجاه واحد، فتوجّه من الفرد إلى السوق ومنها إلى المنتج. هذا ما تؤكده بصورة ملائمة مجموعة من المصطلحات التي تشير كلها إلى أن المستهلك هو مصدر سائر السلطات وهو ما يُدعى أيضًا، بسيادة المستهلك، يقول فرانكلين فيشر : " هناك دائمًا في اقتصاد السوق إقرار بسلطة المستهلك وتسليم بسيادته"[2].

---

(١) جون كينيث غالبريث– الدولة الصناعية الحديثة، ترجمة يحي علي أديب، منشورات وزارة الثقافة والإرشاد القومي، دمشق، ١٩٧٢م، ص ٣٠١.

(٢) نقلاً عن : جون كينيث غالبريث – الدولة الصناعية الحديثة، مرجع سابق، ص ٣٠٢.

إن فكرة سيادة المستهلك في الاقتصاد الرأسمالي منتقدة[١]؛ حيث إن حرية المستهلك في توزيع دخله على ما يشاء من السلع والخدمات تتعرض في مجتمعات الاستهلاك العالي لقيود غير مرئية، تفرض عليه نماذج معينة من الاستهلاك.

ففي هذه المجتمعات يقع المستهلك فريسة لمؤثرات مصطنعة وضغوط اجتماعية مغرضة أو عفوية تُزرع أو تنمي عمدًا بقصد الترويج لمنتجات معينة، أو بقصد دفع الناس إلى اللهث المستمر وراء الاستهلاك، فالمزيد من الاستهلاك بوجه عام. يقول فرانسوا دال : " إن غزو المستهلك لشيءٌ مثير، وهو ما يؤكد أن الحقيقة دائمًا مغيّرة اللون غير واضحة المعالم بالنسبة للمستهلك، كما هي بالنسبة للمنتج"[٢].

وجدير بالذكر أن نشير إلى أن أسلوب الإنتاج في الاقتصاد الرأسمالي المعاصر اكتسب خصائص جديدة[٣]، منها انهيار أساس جهاز السوق أو الأثمان، ذلك أن تعاظم دور الشركات المساهمة سواء من حيث أفقها الزمني أو أسلوب إدارتها وتجنبها لكثير من المخاطر كل ذلك جعل القرارات الاقتصادية تشوبها عناصر احتكارية، ومن ثم تغير السوق، من سوق منافسة كاملة، إلى سوق احتكارية أو شبه احتكارية. ولهذا أصبحت الأثمان لا تمثل

---

(١) ينظر في الانتقادات الموجهة لسيادة المستهلك : فرانسيس جرين وبيتر نور - دراسات نقدية في النظرية الاقتصادية، مرجع سابق، ص ٥٢-٦٧، و د. علي عبد رب الرسول - المبادئ الاقتصادية في الإسلام، دار الفكر العربي، القاهرة، ١٩٨٠م، ص ١٨٤-١٩٢.

(٢) فرانسوا دال - مستقبل السياسات الإدارية، ترجمة فؤاد نجيب، دار نهضة مصر، القاهرة، ١٩٧٧م، ص ١٩٦.

(٣) د. عبد الهادي النجار- الإسلام والاقتصاد، مرجع سابق، ص ١٢٥.

رغبات المستهلكين بعد أن أثرت هذه الشركات عليها وفقًا لمصلحتها، فضلاً عن تأثيرها على المستهلك ذاته من خلال وسائل الدعاية والإعلام المكثّفة. بحيث أصبحت فكرة " سيادة المستهلك " مقولة تاريخية.

٣- تعظيم المنفعة :

إن الفردية هي المركز الذي يدور حوله كل شيء، والملكية هي نمط العلاقة التي تحكم الإنسان بكل ما حوله. بَيْد أن ما يُمتلك أو يُحاز هو الأشياء، لذا كان ضروريًا أن يتشيأ كل شيء من حول الإنسان حتى المشاعر والعواطف.

إن مما لا شك فيه أن السلوك الاقتصادي للفرد يتأثر بما يحمله من قيم ومعتقدات. والاقتصاد الرأسمالي ينظر إلى المستهلك على أنه ذلك الإنسان المادي، الذي لا غاية له سوى أقصى قدر من المتعة أو المنفعة، أو تحقيق أقصى قدر من العائد المادي (الربح).

وطبقًا لمفاهيم الاقتصاد الرأسمالي يفترض في تحليل تفضيلات المستهلك أن المزيج الأكبر من السلع المستهلكة أفضل من الأقل، بمعنى آخر، يفترض أنه ليس هناك حدود عليا للاستهلاك، حيث إن الاستهلاك دالة متزايدة مع تحقيق سعادة الإنسان .. ومع أن السعي والكسب وتحقيق مستويات معيشية جيدة، أمر غير مذموم، بل على العكس من ذلك يعد فضيلة من الفضائل المرغوبة، إلا أن تحقيق هذه الغايات ينبغي أن يكون متسقًا مع مفاهيم المشروعية والاعتدال[1] كما أن حتمية تطابق المنفعة الحقيقية (السعادة) مع

---

(١) د. سعيد مرطان- مدخل للفكر الاقتصادي في الإسلام، مرجع سابق، ص ١١٦-١١٧.

دالة التفضيل، قد لا تكون مقبولة، بل ربما لا تكون متطابقة أبدًا، بدليل قوله تعالى: قال تعالى: ﴿ وَعَسَىٰٓ أَن تُحِبُّواْ شَيْـًٔا وَهُوَ شَرٌّ لَّكُمْ ﴾[1] وكذلك ينبغي ألا تكون المنفعة منفعة مادية فقط. ومن ثم فإنه ينبغي أن تعتبر مساعدة الفقراء والمساكين، وجوه إنفاق ذات منفعة معتبرة.

١/١/٢ سلوك المستهلك في الاقتصاد الاشتراكي

إن التساؤل الذي يمكن أن يثار بصدد دور المستهلك في الاقتصاد الاشتراكي هو: ما مدى أثر المستهلكين في الإنتاج الاشتراكي؟. إن الجواب على ذلك يعتمد على قدرة التخطيط المركزي والكيفية التي يتم بها توزيع السلع والخدمات بين السكان. ففي ظل نظام من التقنين النوعي الكامل والمحدد لن تكون هناك حرية اختيار بالنسبة للمستهلكين وستسود تمامًا تفضيلات المخططين في تحديد أنواع وكميات السلع والخدمات الاستهلاكية.

وعليه، لا يملك المستهلك في الاقتصاد الاشتراكي سوى تأثير ضئيل على حجم وتركيب الإنتاج، وذلك حتى في قطاع سلع الاستهلاك ذاته. وتعطي عادة أهمية محدودة لتنويع المنتجات والكماليات الاستهلاكية.

---

(١) الآية ٢١٦/ سورة البقرة.

تخطيط الاستهلاك :

يخضع الاستهلاك في الاقتصاد الاشتراكي لتخطيط هيئة مركزية باعتباره جزءًا من الاقتصاد الوطني الذي لا يمكن أن يتوازن ما لم يكن حجم وتركيب الاستهلاك محددًا ومعلومًا.

وقد طرحت عدة مبرّرات تدعو للأخذ بتخطيط الاستهلاك[1]، منها : انتقاد تنظيم الاستهلاك في الاقتصاد الرأسمالي، حيث إن نظام الإنتاج فيه ليس هدفه النهائي هو الاستهلاك، بل إغناء الرأسماليين – كما يزعم أصحاب هذا المبرر – على حساب الشعب مما يؤدي إلى وجود تناقض بين الإنتاج والاستهلاك، تجلى في وجود فائض في الإنتاج عن طلب المستهلكين[2]. وكذلك إقبال المستهلكين على استهلاك الموارد النادرة، مما يستوجب تدخل الدولة، وأيضًا عدم قدرة المستهلك على الحكم السليم على إشباعه من السلع المستقبلة، فهو لا يهتم بمصالح الأجيال القادمة.

ولتخطيط الاستهلاك، فإن لجنة التخطيط المركزية المفوّضة من القيادة السياسية في وضع الخطة الاقتصادية تقوم بتحديد الحاجات واجبة الإشباع والسلع والخدمات اللازمة لذلك مع الأخذ بعين الاعتبار تحقيق التنسيق والانسجام بين أهداف الإنتاج وبين الوسائل المتاحة، مع مراعاة رغبات الأفراد المستهلكين.

---

(١) د. محمد مبارك حجير – التخطيط الاقتصادي، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، ١٩٦٧م، ص ٤٣١-٤٤٧.

(٢) د. عبد الهادي النجار – الفائض الاقتصادي الفعلي، المكتب المصري الحديث، القاهرة، ١٩٧٤م، ص ٤٢-٥٤.

ومن المآخذ على تخطيط الاستهلاك في الاقتصاد الاشتراكي[1]، تقييد حرية المستهلك في اختيار ما يرغب من السلع والخدمات؛ إذاً ما يعرض من سلع وخدمات ليس له دور في اختيارها، إنما حددت سلطات أعلى، وهذا ينافي حق الفرد في التمتع بالطيبات، خاصة أن المستهلك في البلاد الاشتراكية لا يجد في السوق ما يرغب من السلع الجيدة، وما ينتج من السلع الجيدة ينتج بكميات محدودة وبأسعار مرتفعة مع التشديد بمنع دخول المنتجات الخارجية، ومن المآخذ عدم وجود ضوابط وقيود أخلاقية على الاستهلاك، كل ذلك أدى إلى تدني الوضع الاستهلاكي لدى المستهلك في الاقتصاد الاشتراكي مما أثر على مستوى الإنتاجية.

دور المستهلك في الاقتصاد الاشتراكي[2] :

يشير أحد الكتّاب إلى أن "اختيار المستهلك" المعروف لدى الاقتصاد الرأسمالي، كان يقابلها سياسة "الضبط الاستهلاكي"[3] لدى الاقتصاد الاشتراكي، حيث ترتب على هذه السياسة إهدار اختيارات المستهلك. فلقد ظلت تشكيلة السلع الاستهلاكية المتاحة محدودة ورديئة النوعية وغير متاحة

---

(١) ينظر في الانتقادات الموجهة لتخطيط الاستهلاك : كروسلاند- مستقبل الاشتراكية، ترجمة خيري حماد، الدار القومية للطباعة والنشر، القاهرة، ١٩٦٥م، ص ٢٠٦-٢١١، ويوري بوبوف - دراسات في الاقتصاد السياسي (الاشتراكية وقضايا التوجه الاشتراكي)، دار التقدم، موسكو، ١٩٨٥م، ص ١١٨-١٣٤.

(٢) ينظر : د. خزعل مهدي الجاسم- الاقتصاد الجزئي، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، جامعة الموصل، الموصل، ١٩٨٧م، ص ٢٨١-٢٨٣، و د. عبد المنعم السيد علي - مدخل في علم الاقتصاد، الجامعة المستنصرية، بغداد، ١٩٨٤م، ص ٤٣٩-٤٤٢.

(٣) د. إبراهيم حلمي عبد الرحمن- عالم الغد - عالم واحد أم عوالم متعددة، كتاب الأهرام الاقتصادي، ع٤٤، أكتوبر ١٩٩١م، ص ٧٥.

بالكميات الكافية – كما ذكرنا ذلك سابقًا – مما ترتب عليه ظاهرة الطوابير الممتدة في معظم البلدان الاشتراكية.

في الاقتصاد الاشتراكي يتم توزيع الدخول بشكل أكثر عدالة، ولكنه لا يمكن تحقيق المساواة الكاملة في توزيع الدخول، طالما يتم السماح بالاختيار الحر للمهنة ولتخصيص العمل من خلال تفاوت الأجور.

كما أن المستهلكين لا يوجهون الإنتاج بأي حال من الأحوال، أي أنهم يقومون بمجرد الاختيار من بين السلع الموجودة في السوق، ولم يحدث أن أخذ المنتج رأيهم فيما إذا كانوا يرغبون فيها أم لا. يقول فلشنسكي في كتاب "علم الاقتصاد الاشتراكي"[1] : "ليس من الممكن أن تكون هناك سيادة مطلقة للمستهلك في ظل الاشتراكية، ولكن بالمستطاع ضمان سيادة عقلانية رشيدة ".

إلا أن دور المستهلك في الاقتصاد الاشتراكي يمكن أن يكون على النحو التالي :

١- السماح للمستهلكين في إنفاق دخولهم النقدية بحرية وبدون قيد، لأنه بهذه الطريقة تؤدي التغيرات الفردية في الأذواق والحاجات إلى حصول المستهلكين على الإشباع الكامل.

٢- يتم اختيار طريقة الإنتاج؛ بحيث تؤدي إلى استقصاء الناتج المحتمل الذي يقاس بالتعبير المادي من كمية معطاة من المدخلات.

٣- ونتيجة لذلك، تزايد الاهتمام بطلب المستهلكين في ظل

---

(1) Wilczynski – The Economics of Socialism, George Allen and Unwin, London, 1970, P95.

"البيريسترويكا"[١] (سياسة إعادة البناء) التي أنتجها ما يسمى بالاتحاد السوفيتي سابقًا من عام ١٩٨٧م إلى نهاية عام ١٩٩١م، وما زالت آثارها باقية حتى الآن، حيث يقرر جورباتشوف في سياسته تلك أنه يجب أن توضع المؤسسات في ظروف تمكنها من تشجيع المنافسة الاقتصادية من أجل أفضل تلبية لطلبات المستهلك. ويقرر كذلك أن الحساب الاقتصادي والتمويل الذاتي يضعان حدًا لكل ذلك أي للمشكلات الاقتصادية في مجال الإنتاج .. كما أن سياسة البيريسترويكا حملت في طياتها إعادة الاعتبار لمبدأ "اختيارات المستهلك"، ونهاية سياسة "الضبط الاستهلاكي"؛ إذ سوف تنشأ علاقات مباشرة بين المشروعات والوحدات الإنتاجية بعضها البعض من ناحية، وبين الوحدات الاستهلاكية من ناحية أخرى، لتكون أكثر حساسية لمؤثرات السوق، دون الرجوع للسلطات المركزية.

---

(١) جورباتشوف – البيريسترويكا – ترجمة حمدي عبد الجواد، دار الشروق، القاهرة، ١٩٨٨م، ص ٩٩، ص ١١٦.

٢/١ سلوك المستهلك في الاقتصاد الإسلامي

١/٢/١ القواعد الحاكمة لسلوك المستهلك[١] :

تخضع فكرة المسلم عن الاستهلاك لمبادئ وقواعد منها : قاعدة الأصل في الأشياء الإباحة، وقاعدة المشروعية (الحلال والحرام)، وقاعدة القيم الخلقية، وقاعدة الاعتدال.

ولذلك يمكن أن نذكر المبادئ التي تحكم سلوك المستهلك في الاقتصاد الإسلامي على النحو التالي :

١- أن آفاق المستهلك المسلم تتسع لتشمل جميع الطيبات ولا يستثنى إلا الخبائث المذكورة في القرآن الكريم، وما يقاس عليها (مع ملاحظة أن عدد السلع الاستهلاكية المحرمة قليل جدًا).

٢- وجود حد أقصى للكمية التي يطلبها المستهلك المسلم من أية سلعة.

٣- تعتمد منفعة المستهلك المسلم على تحقيق منافع الآخرين، فلا ينطوي سلوكه الاستهلاكي على الأنانية.

ومعنى ذلك أن المستهلك المسلم إلى جانب قيد الدخل الذي يواجه المستهلك غير المسلم، يواجه القيد الديني الذي يحرم الخبائث والإسراف.

كذلك يدخل عامل مؤثر في خط الإنفاق في الإسلام، هو الإنفاق في سبيل الله تعالى، أي الإنفاق من المال الخاص على الغير، لوجه الله تعالى.

---

(١) ينظر د. محمد فاروق النبهان- أبحاث في الاقتصاد الإسلامي، مؤسسة الرسالة، بيروت، ١٤٠٦هـ، ص ١٠-٢٦، و د. محمد العلي القري بن عيد- مقدمة في أصول الاقتصاد الإسلامي، دار حافظ للنشر والتوزيع، جدة، ١٤١١هـ، ص ٣٧-٣٩.

٢/٢/١ العوامل المؤثرة على سلوك المستهلك[1]:

أوضحنا فيما سبق، إن من محددات سلوك المستهلك في الاقتصاد الوضعي إمكاناته المادية وتوقعاته المالية، وميوله واتجاهاته واهتماماته، وبعض سمات شخصيته.

إن تحديد نمط الاستهلاك يعد أمرًا ضروريًا في وضع الأساس الاقتصادي لأي مجتمع، ذلك لأن كفاية النظام الاقتصادي في أي مجتمع إنما تقاس بمدى قدرته على الوفاء باحتياجات أفراده، حيث تدخل في مؤثرات الاستهلاك لدى المسلم اختياره بين الاستهلاك الدنيوي وثواب الآخرة.

فالحياة في نظر المسلم ليست غاية في حد ذاتها، وإنما هي وسيلة لغاية أسمى هي التمتع بالآخرة. ولذلك يحرص المستهلك المسلم على الحصول على رضا خالقة، بالتصدق من ماله على الفقراء والمحتاجين.

ومن العوامل المؤثرة في سلوك المستهلك في الاقتصاد الإسلامي، العقيدة، والأخلاق، إلى جانب العوامل الاقتصادية والاجتماعية والنفسية، ومثال ذلك الدعوة إلى التوسط والاعتدال.

فالتعاليم الإسلامية تحض المسلم على بلوغ حد الكفاية ونحرّم عليه الإسراف أو الإفراط أو التبذير في الإنفاق.

ومن بين العوامل المؤثرة في سلوك المستهلك المسلم الدعوة إلى الادخار

---

(١) ينظر: محمد عبد المنان- الاقتصاد الإسلامي بين النظرية والتطبيق، ترجمة د. منصور التركي، المكتب المصري الحديث، القاهرة، ١٩٧٦م، ص ٨٤-٨٧، وزيدان قعدان - منهج الاقتصاد في القرآن، منشورات جمعية الدعوة الإسلامية العالمية، طرابلس، ١٩٩٠م، ص١٩-٢٧.

لوقت الشدّة. وقد نتصور وجود علاقة ارتباطيه بين درجة إيمان الفرد وبين إنفاقه في سبيل الله.

وعلى ذلك يمكن تحديد أوجه الإنفاق للمستهلك المسلم على النحو التالي[(١)] :

١- الإنفاق الدنيوي : ويشمل الإنفاق الحالي والادخار من أجل الإنفاق في المستقبل.

٢- الإنفاق على الغير : أي في سبيل الله بهدف الآخرة.

٣- استثناء الخبائث فقط من المنتجات والسلع المتاحة.

٤- تحدّد التقوى سلوك المستهلك المسلم.

٥- هناك حد أدنى محدد للإنفاق على الغير هو نصيب الزكاة.

٦- يشجع الإسلام على الادخار مع ضرورة الاستثمار حتى لا يتآكل رأس المال بدفع الزكاة منه.

ومن ثم يمكن تصور الإطار العام لاستهلاك المسلم على النحو التالي :

١- الإنفاق الدنيوي، ومجاله الطيبات دون الخبائث، دون إسراف أو إفراط أو تقتير.

٢- الإنفاق في سبيل الله : وحدَّه الأدنى الزكاة.

---

(١) F. Khan – " Macro Consumption Function in an Islamic Frame Work", In Journal of Research Islamic Economics, Jeddah, Winter1404, Vol.1. No. 2,p.3-10, and M. Igbal "Zakah, Moderation and search, Islamic Economics, Jeddah, Sumer, 1405, Vol.3 No.1, p50-56.

إذا كانت هذه الأطر العامة التي تحكم سلوك المستهلك المسلم الملتزم بمبادئ دينه وتعاليمه السمحة. فإننا نحتاج إلى إجراء الدراسات(*) لمعرفة تفضيلات المسلم من السلع والخدمات في إطار كل جانب من جوانب استهلاكه، والأشياء التي يعزف عنها.

فهناك حاجة إلى معرفة خصائص السلوك الاستهلاكي للفرد المسلم الذي يتصرف بتوجيهٍ من القرآن الكريم والسنة النبوية. ومعروف أن الاستهلاك لا يمثل الغاية النهائية من حياة المسلم، إنما الغاية القصوى هي عبادة الله سبحانه.

ولذلك فالمسلم الحق يقنع بالحد المعقول من الإشباع المادي لحاجاته من الطعام والشراب واللباس وسائر الحاجات الأساسية؛ لأن له غاية أسمى من كل هذه الحياة ومباهجها.(١)

وللعبادات معنى واسع في الإسلام، فلا تقتصر على أداء التكاليف، وإنما تتضمن العمل الصالح والجد والاجتهاد والجهاد والكفاح وعمارة الكون والإنتاج ونفع الناس. وقد قال الله تعالى: ﴿ٱللَّهُ ٱلَّذِى خَلَقَ ٱلسَّمَٰوَٰتِ وَٱلْأَرْضَ وَأَنزَلَ مِنَ ٱلسَّمَآءِ مَآءً فَأَخْرَجَ بِهِۦ مِنَ ٱلثَّمَرَٰتِ رِزْقًا لَّكُمْ ۖ وَسَخَّرَ لَكُمُ ٱلْفُلْكَ لِتَجْرِىَ فِى ٱلْبَحْرِ بِأَمْرِهِۦ ۖ وَسَخَّرَ لَكُمُ ٱلْأَنْهَٰرَ ﴿٣٢﴾ وَسَخَّرَ لَكُمُ ٱلشَّمْسَ وَٱلْقَمَرَ

(*) تجدر الإشارة إلى أننا سوف نناقش الدراسات المتعلقة بسلوك المستهلك في الفصل الثالث إن شاء الله، ص٨٢.

(١) د. عبد الهادي النجار – الإسلام والاقتصاد. مرجع سابق، ص١٤–١٥.

دَآئِبَيْنِ ۖ وَسَخَّرَ لَكُمُ ٱلَّيْلَ وَٱلنَّهَارَ ﴾ (١).

ولقد أحلّ الله للمسلم الطيبات من الرزق، قال سبحانه : ﴿ قُلْ مَنْ حَرَّمَ زِينَةَ ٱللَّهِ ٱلَّتِىٓ أَخْرَجَ لِعِبَادِهِۦ وَٱلطَّيِّبَٰتِ مِنَ ٱلرِّزْقِ ﴾(٢)، وفي الإسلام دعوة للتوازن والاعتدال والحرص على رضا الله (٣)، والتمتع بالجنة وثواب الآخرة، وفي نفس الوقت التمتع بالحياة الطيبة، قال تعالى: ﴿ وَٱبْتَغِ فِيمَآ ءَاتَىٰكَ ٱللَّهُ ٱلدَّارَ ٱلْءَاخِرَةَ ۖ وَلَا تَنسَ نَصِيبَكَ مِنَ ٱلدُّنْيَا ۖ وَأَحْسِن كَمَآ أَحْسَنَ ٱللَّهُ إِلَيْكَ ۖ وَلَا تَبْغِ ٱلْفَسَادَ فِى ٱلْأَرْضِ ۖ إِنَّ ٱللَّهَ لَا يُحِبُّ ٱلْمُفْسِدِينَ ﴾ (٤).

فالمسلم مطالب بالابتعاد عن كل مظاهر الفساد والإفساد، ومدعو للإيمان والتقوى والورع والخشوع والعمل الصالح والجهاد والزهد والقناعة والرضا. لذا فموقف المسلم الاستهلاكي يتحدد بمتغيرات عدة منها : (١) الإسراف والإفراط. (٢) التقتير والحرمان. وذلك اهتداء بقوله سبحانه: ﴿ يَٰبَنِىٓ ءَادَمَ خُذُوا۟ زِينَتَكُمْ عِندَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا۟ وَٱشْرَبُوا۟ وَلَا تُسْرِفُوٓا۟ ۚ إِنَّهُۥ لَا يُحِبُّ ٱلْمُسْرِفِينَ ﴾ (٥).

فاستهلاك المسلم يخضع لقيم تربوية وأخلاقية وصحية واجتماعية واقتصادية (٦)، وهي مبادئ شاملة ولا تترك له الحرية في اختيار نمط سلوكه

---

(١) الآية ٣٢-٣٤/ سورة إبراهيم.

(٢) الآية ٣٢/ سورة الأعراف.

(٣) ينظر : أحمد الكبيسي - الحاجات الاقتصادية في المذهب الاقتصادي الإسلامي، مرجع سابق، ص٢٥٣-٢٦٣، ود. محمد رواس قلعجي - مباحث في الاقتصاد الإسلامي، دار النفائس، بيروت، ١٤١٢هـ، ص٩٧-١٠٠.

(٤) الآية ٧٧/سورة القصص.

(٥) الآية ٣١/ سورة الأعراف

(٦) ينظر : د. أحمد يوسف - القيم الإسلامية في السلوك الاقتصادي، دار الثقافة للنشر والتوزيع، القاهرة، ١٤١٠هـ، ص ٥٧-٩٧، ود. عبد الرحمن عيسوي - "الهدي الإسلامي في مجال الاستهلاك"، المجلة الثقافية، الأردن، ١٤١١هـ، ع٢٠، ص٧٧-٧٨.

الاستهلاكي. ويتضح ذلك من قوله تعالى : ﴿ وَٱلَّذِينَ إِذَآ أَنفَقُواْ لَمْ يُسْرِفُواْ وَلَمْ يَقْتُرُواْ وَكَانَ بَيْنَ ذَٰلِكَ قَوَامًا ﴾ (١).

والإسلام يحض على عدم الشح أو البخل أو التقتير، يقول سبحانه: ﴿ وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ ٱلْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا مَّحْسُورًا ﴾ (٢). وإذا أطاع المسلم ربه واتبّع تعاليمه، فانه يثاب على ذلك.

وإذا كان المستهلك في الاقتصاد الوضعي لا ينظر إلا لمصلحته الذاتية، فإن المستهلك ينظر إلى منفعة غيره من خلال إنفاقه، ذلك أن علاقة المسلم بأخيه المسلم إنما هي علاقة محبة، يقول عليه الصلاة والسلام : "لا يؤمن أحدكم حتى يحب لأخيه ما يحب لنفسه"(٣).

ولذلك يحرص الإسلام على تحقيق التكافل والتضامن والتساند الاجتماعي بين أفراده عن طريق الزكاة وغيرها من أنماط التعاون، والأخذ والعطاء ومساعدة المحتاجين والمعْسرين، قال تعالى: ﴿ وَفِىٓ أَمْوَٰلِهِمْ حَقٌّ لِّلسَّآئِلِ وَٱلْمَحْرُومِ ﴾ (٤). وقال سبحانه : ﴿ وَءَاتِ ذَا ٱلْقُرْبَىٰ حَقَّهُۥ وَٱلْمِسْكِينَ وَٱبْنَ ٱلسَّبِيلِ ... ﴾ (٥). ويتصدق المستهلك المسلم ويساعد غيره ابتغاء مرضاة الله تعالى، اهتداء بقوله سبحانه: ﴿ وَيُطْعِمُونَ ٱلطَّعَامَ عَلَىٰ حُبِّهِۦ مِسْكِينًا

---

(١) الآية ٦٧/ سورة الفرقان.
(٢) الآية ٢٩/ سورة الإسراء.
(٣) حديث صحيح. ينظر : الألباني- سلسلة الأحاديث الصحيحة، المكتبة الإسلامية، عمّان، الدار السلفية، الكويت، ١٤٠٤هـ، جـ١/١٠٠، حديث رقم (٧٣).
(٤) الآية ١٩/ سورة الذاريات.
(٥) الآية ٢٦/ سورة الإسراء.

وَيَتِيمًا وَأَسِيرًا ﴿٨﴾ إِنَّمَا نُطْعِمُكُمْ لِوَجْهِ ٱللَّهِ لَا نُرِيدُ مِنكُمْ جَزَآءً وَلَا شُكُورًا ﴾[1].

وبعد هذا، نشير إلى أن الإسلام قد حدد درجات السلم الاستهلاكي والإنفاق الفردي للمستهلك المسلم على النحو التالي :

١. استهلاك المسلم لنفسه.

٢. استهلاك المسلم على أهله.

٣. استهلاك المسلم على خادمه.

٤. استهلاك المسلم على والديه وأقاربه.

٥. استهلاك المسلم وإنفاقه في سبيل الله.

ويستأنس لدرجات السلّم الاستهلاكي بما روي عند تفسير[2] قوله: ﴿ وَيَسْـَٔلُونَكَ مَاذَا يُنفِقُونَ قُلِ ٱلْعَفْوَ ...﴾[3]. قال أبو هريرة رضي الله عنه : أمر رسول الله بالصدقة يومًا، فقال رجل : يا رسول الله عندي دينار ؟ فقال: تصدق به على نفسك، قال : عندي آخر ؟ قال : تصدق به على ولدك. قال: عندي آخر ؟ قال : تصدق به على خادمك، قال : عندي آخر ؟ قال : أنت أبصر[4].

---

(١) الآيات ٨-٩/ سورة الإنسان.

(٢) ينظر : الألوسي- روح المعاني في تفسير القرآن العظيم والسبع المثاني، إدارة المطبوعات المنيرة، القاهرة، د.ت، جـ٢/٩١، وابن الجوزي- زاد المسير في علم التفسير، المكتب الإسلامي، بيروت، ١٤٠٧هـ، جـ١/٢٤٢، والماوردي- النكت والعيون، مكتبة المؤيد، الرياض، ١٤١٢هـ، جـ١/٢٧٨.

(٣) الآية ٢١٩/سورة البقرة.

(٤) رواه أبو داود (١٦٩١) في الزكاة، والنسائي جـ٥/٦٢ في الزكاة، وفي سنده محمد بن عجلان المدني، وهو صدوق، إلا أنه اختلطت عليه أحاديث أبي هريرة، ولكن للحديث شواهد بمعناه يقوى بها. ينظر: ابن الأثير- جامع الأصول، مرجع سابق، جـ٦/٤٦٣.

ويعضد هذا الحديث، حديث جابر بن عبد الله رضي الله عنه قال : قال رسول الله ﷺ " خير الصدقة ما كان عن ظهر غني، وابدأ بمن تعول"[١].

ولقد حدد القرآن الكريم الاستهلاك بما لا يوصف بالإسراف أو التبذير، وعليه فانه من الممكن إن نرسم خريطة استهلاكية[٢]، على مستوى الأفراد وفق المنهج الذي كان رسول الله ﷺ فيه القدوة الحسنة، متناولين ما يلي : المأكل والمشرب، والملبس، والمسكن، والزينة والتجمل، ووسائل التنقل (الدواب سابقاً)، وتكاليف الزواج (المهر ووليمة العرس)، وأجور العمال والخدم ونفقتهم .. وذلك على أن يلتزم المستهلك المسلم داخل هذه الخريطة الاستهلاكية بالحقائق التالية :

١. الناحية الاقتصادية لا تملك المؤمن وتحتويه وتؤثر فيه، بل يواجهها بعقيدته وبخلقه.

٢. الاستهلاك في حدود الوسط والاعتدال.

٣. أن يتجنب الفخر والخيلاء.

٤. أن يبتعد عن الحرام.

٥. الترشيد في الاستهلاك.

٦. الاكتفاء بالموارد المحلية كلما كان ذلك ممكنًا، والمحافظة عليها.

---

(١) رواه البخاري في الزكاة جـ٣/٢٣٤، وأبو داود في الزكاة (١٦٧٦) والنسائي في الزكاة جـ٥/٦٢. ينظر : ابن الأثير – جامع الأصول، مرجع سابق، جـ٦/٤٦٠.

(٢) ينظر تفصيلات هذه الخريطة عند د. مصطفى الهمشري- النظام الاقتصادي في الإسلام، دار العلوم، الرياض، ١٤٠٥هـ، ص ٣١٦-٣٥٩.

٧. أن يتناول الصنوف الاستهلاكية ويدخرها عند اليسر والرخاء.

وكما أن هناك سلمًا استهلاكيًا لدى المستهلك المسلم، فإن هناك مناطق للاستهلاك[(١)]، يتحرك داخلها المستهلك المسلم، نشير إليها كما يلي :

١- منطقة القوام (الوسطية والاعتدال) منطقة مباحة، وهي وسط بين الإسراف والتقتير، ووسط بين الزينة والورع، وأكثر الناس لا يأخذ بها، إذ هم يميلون غالبًا إلى الزينة، ويتجاوز بعضهم إلى الترف والسرف والتبذير. والدليل على هذه المنطقة آيات كريمة عديدة، منها قوله تعالى: ﴿ وَٱلَّذِينَ إِذَآ أَنفَقُواْ لَمْ يُسْرِفُواْ وَلَمْ يَقْتُرُواْ وَكَانَ بَيْنَ ذَٰلِكَ قَوَامًا ﴾ [(٢)]، وقوله عليه الصلاة والسلام : "كلوا واشربوا وتصدقوا والبسوا من غير إسراف ولا مخيلة"[(٣)].

٢- منطقة الزيّنة (الطيبات وإظهار الغنى) منطقة مباحة، يقول تعالى: ﴿ وَأَمَّا بِنِعْمَةِ رَبِّكَ فَحَدِّثْ ﴾ [(٤)]. ويقول سبحانه : ﴿ يَٰبَنِيٓ ءَادَمَ خُذُواْ زِينَتَكُمْ عِندَ كُلِّ مَسْجِدٍ ﴾ [(٥)]. وفي الحديث الشريف : " إن الله يحب أن يرى أثر نعمته على عبده"[(٦)]. ومن هذه المنطقة التحدث بالنعم والرفاهة، على ألا

---

(١) ينظر : د. شوقي دنيا- أعلام الاقتصاد الإسلامي، مكتبة الخريجي، الرياض، ١٤٠٤هـ، ص ١٧٣- ١٨٠، ود. حمد الجنيدل- " النظام الاقتصادي في الإسلام"، مذكرة "غير منشورة" لطلاب المستوى الرابع، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض، ١٤١٢هـ، الرياض، ١٤١٢هـ، ص ١٣- ١٧.

(٢) الآية ٦٧/ سورة الفرقان.

(٣) حديث حسن. أخرجه أحمد والنسائي وابن ماجة والحاكم، ينظر : الألباني - صحيح الجامع الصغير وزيادته، مرجع سابق، حديث رقم (٤٥٠٥).

(٤) الآية ١١/ سورة الضحى.

(٥) الآية ٣١/ سورة الأعراف.

(٦) أخرجه الترمذي وقال هذا حديث حسن- ينظر : الترمذي في سننه، طبعة مصطفى الحلبي، القاهرة، د.ت، جـ٥/١٢٤.

يخرج المستهلك المسلم إلى منطقة الترف المنهي عنه.

٣- المنطقة الورع (التقشف والزهد) منطقة مباحة، وهي منطقة جيّدة، إلا أن الذين يستطيعون المكث فيها قلة من الناس، وعلى رأس هذه المنطقة الأنبياء عليهم السلام، والزهاد الأوائل وقليل من المتأخرين. وهذه المنطقة فيها كثير من التضحية بالدنيا ومباهجها، بل وفيها إيثار للآخرين على النفس، ولو تيسر هذا السلوك لأمكن حل المشكلات الاقتصادية وغيرها .. ومن أدلتها قوله تعالى : ﴿ وَيُؤْثِرُونَ عَلَىٰٓ أَنفُسِهِمْ وَلَوْ كَانَ بِهِمْ خَصَاصَةٌ ﴾[1]. وحديث: "حسب ابن آدم لقيمات يقمن صلبة"[2]. ونصوص أخرى تشير إلى الزهد والورع والتقليل من السلع والخدمات، انتظار للثواب في الآخرة.

٤- منطقة الإسراف (التبذير والترف) منطقة محرّمة، ومن أدلتها، قولة تعالى: ﴿ وَلَا تُسْرِفُوٓا۟ ۚ إِنَّهُۥ لَا يُحِبُّ ٱلْمُسْرِفِينَ ﴾[3] وقوله سبحانه ﴿ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا ﴿٢٦﴾ إِنَّ ٱلْمُبَذِّرِينَ كَانُوٓا۟ إِخْوَٰنَ ٱلشَّيَـٰطِينِ ۖ وَكَانَ ٱلشَّيْطَـٰنُ لِرَبِّهِۦ كَفُورًا ﴾[4] وقوله عليه الصلاة والسلام: "إن من شرار أمتي الذين غذّوا بالنعيم، الذين يطلبون ألوان الطعام وألوان الثياب فيتشدقون بالكلام"[5].

ولقد دخل عمر بن الخطاب رضي الله عنه على ابنه وعنده لحم، فقال

---

(١) الآية ٩/ سورة الحشر.

(٢) حديث حسن صحيح ينظر : ابن الأثير- جامع الأصول، جـ٧/ ٤١٠.

(٣) الآية ١٤١/ سورة الأنعام.

(٤) الآيات ٢٦-٢٧/ سورة الإسراء.

(٥) حديث صحيح. أخرجه أحمد والحاكم. ينظر : الألباني- سلسلة الأحاديث الصحيحة، مرجع سابق، جـ ٤/ ٥١٢، حديث رقم (١٨٩١).

عمر ما هذا ؟ قال : اشتهينا اللحم فاشترينا منه بدرهم. قال عمر : وكلما اشتهيت اللحم اشتريته ؟ كفى بالمرء سرفًا أن يأكل كلما اشتهى[1].

فالتبذير أشد من الإسراف، فهو المغالاة في تجاوز الحد، والتوسع في الإنفاق على المحرمات والمعاصي والشهوات، كما أن الترف أشد من التبذير، فيتوسع في ملاذ الدنيا وشهواتها، وإذا انتشر الترف في الأمة أودى بها إلى الفناء، ومن هذه المنطقة إضاعة المال وقد جاء النهي من الرسول ﷺ عن إضاعة المال[2].

٥- منطقة التقتير(البخل والشح) منطقة محرّمة، فالبخيل عدو الله وعدو لنفسه وعدو لكل ما ينفع الغير، وإذا أوصلت به الحال إلى الزهد الأعجمي، قتل نفسه شيئًا فشيئًا بحرمانها من أبسط الضروريات، يقول تعالى: ﴿ وَمَن يَبْخَلْ فَإِنَّمَا يَبْخَلُ عَن نَّفْسِهِۦ ۚ وَٱللَّهُ ٱلْغَنِىُّ وَأَنتُمُ ٱلْفُقَرَآءُ ۚ ﴾[3]وفي حديث عبد الله بن عمر رضي الله عنهما قال : قال رسول الله ﷺ : " إياكم والشح، فإنما هلك من كان قبلكم بالشح، أمرهم بالبخل فبخلوا وأمرهم بالفجور ففجروا "[4].

---

(١) أورد الأثر أبو بكر بن أبي الدنيا في كتابه "إصلاح المال" تحقيق مصطفى القضاه، دار الوفاء للطباعة والنشر، المنصورة، ١٤١٠هـ، ص ٣١٢.

(٢) رواه الشيخان. ينظر : ابن حجر العسقلاني- فتح الباري شرح صحيح البخاري، رئاسة إدارات البحوث والإفتاء، الرياض، د.ت، جـ٢/ ٣٢٥، وصحيح مسلم بشرح النووي، تحقيق عبد الله أبو زينة، دار الشعب، القاهرة، د.ت، حـ١٢/١٠.

(٣) الآية ٣٨/ سورة محمد.

(٤) أخرجه أبو داود في الزكاة (١٦٩٨) وإسناده صحيح، وأخرجه الحاكم وصححه على شرط مسلم ووافقه الذهبي. ينظر : ابن الأثير- جامع الأصول، مرجع سابق، جـ١/ ٦٠٨، حديث رقم ٤٥١.

٣/٢/١ العناصر المكوّنة لسلوك المستهلك المسلم :

تتضح العناصر المكوّنة لسلوك المستهلك المسلم من خلال مكونات أربعة هي : الرشد الاقتصادي، والبعد الزمني، والحرية الموجهة، والمنفعة المادية والروحية، وفيما يلي تفصيل ذلك ..

١- الرشد الاقتصادي : وأهمية هذا الرشد أنه في الاقتصاد الإسلامي حقيقة واقعة، أي أن المستهلك المسلم رشيد، يؤمن بالله ورسوله ويعيش وفق تعليمات القرآن الكريم والسنة النبوية، فهو عقلاني يتدبر أموره ويتصرف على نحو يرضي الله، يقول تعالى : ﴿ وَأَنَّا مِنَّا ٱلْمُسْلِمُونَ وَمِنَّا ٱلْقَٰسِطُونَ ۖ فَمَنْ أَسْلَمَ فَأُو۟لَٰٓئِكَ تَحَرَّوْا۟ رَشَدًا ﴾[1]. وحيث إن المجتمع الإسلامي لا يخلو من القاصر ومن السفيه[*]، فإن الله سبحانه وتعالى قد نهى أن يديروا أموالهم طالما كانوا كذلك.

إذ القاصر لا يستطيع التصرف في أمواله التي ورثها لعدم رشده، كما أن السفيه لا يستطيع أن يزاول نشاطًا اقتصاديًا لعدم رشده أيضًا، يقول تعالى: ﴿ وَلَا تُؤْتُوا۟ ٱلسُّفَهَآءَ أَمْوَٰلَكُمُ ٱلَّتِى جَعَلَ ٱللَّهُ لَكُمْ قِيَٰمًا ﴾[2]. كل ذلك ضمان لتحقيق الرشد الاقتصادي في المجتمع.

إن استهداف المستهلك المسلم للتوازن والاعتدال، هو من الرشد الاقتصادي. والتوازن ينفي الانطلاق نحو الحد الأقصى للإشباع، كما ينفي

---

(١) الآية ١٤/ سورة الجن.

(*) ويدخل في ذلك المبّذر والمسرف والمضيع لماله، وكذلك البخيل والشحيح والمكتنز الذي يمسك ماله عن التداول.

(٢) الآية ٥/ سورة النساء.

السقوط إلى الحد الأدنى. إن التوسط بين الشبع والجوع هو الاعتدال الذي يحقق التوازن، والرشيد لا يأكل حتى يجوع، وإذا أكل لا يشبع(*).

ولذا كانت هناك درجات للرشد الاقتصادي، ونعرض فيما يلي نموذجًا قرآنيًا لدرجة رفيعة من الرشد الاقتصادي، وذلك في قوله تعالى: ﴿ فَٱنطَلَقَا حَتَّىٰٓ إِذَآ أَتَيَآ أَهۡلَ قَرۡيَةٍ ٱسۡتَطۡعَمَآ أَهۡلَهَا فَأَبَوۡاْ أَن يُضَيِّفُوهُمَا فَوَجَدَا فِيهَا جِدَارًا يُرِيدُ أَن يَنقَضَّ فَأَقَامَهُۥۖ قَالَ لَوۡ شِئۡتَ لَتَّخَذۡتَ عَلَيۡهِ أَجۡرًا ﴾(١) فالآية تحدثنا عن بناء الجدار دون أجر، على الرغم من أن أهل القرية أبوا أن يضيّفوا موسى والخضر عليهما السلام وفي هذا النموذج الرفيع تضحية بمصلحة ذاتية، وهي الحصول على الأجر، مقابل رعاية مصلحة الآخرين (الغلامين اليتيمين)، ونرى في ذلك أيضًا تطبيقًا لقاعدة "الضرر الأشد يزال بالضرر الأخف" (٢).

وعليه، فإن الغني البخيل الذي لديه مال كثير، ولشدة بخله وحرصه على المال يمتنع عن الواجب بالشرع أو اللازم بالمروءة، أكثر ذمًّا من الفقير البخيل الذي لديه مال قليل، فيمسك عن الإنفاق حيث يكون الإنفاق ضرورة، مع أن كلا السلوكين مذموم غير رشيد، إلا أن الفقير البخيل أقل درجة من الغني البخيل .. وفي ذلك يقول ابن قدامه رحمه الله : " إن البراءة

(*) يقول الإمام مالك رحمه الله في وصية له : "ضع يدك في الطعام وأنت تريده، وارفع يديك عنه وأنت تريده، فانك إن فعلت ذلك لا يلم بك إلا مرض الموت" ينظر : أبو عبد الله محمد المقري - القواعد، مركز إحياء التراث الإسلامي، جامعة أم القرى، مكة المكرمة، د.ت، جـ٢/٥٠٩.

(١) الآية ٧٧/ سورة الكهف.

(٢) ينظر : ابن نجيم- الأشباه والنظائر، دار الكتب العلمية، بيروت، ١٤٠٠هـ، ص ٨٩، وعلي أحمد الندوي - القواعد الفقهية، دار القلم، دمشق، ١٤٠٦هـ، ص ٣٥٠.

من البخل تكون بفعل الواجب بالشرع واللازم بطريقة المروءة، مع طيب النفس بالبذل. أما الواجب بالشرع فهو الزكاة، ونفقة العيال، وأما اللازم بطريق المروءة فهو ترك المضايفة، والاستقصاء عن المستحقرات، وقد يستقبح من الغني ما لا يستقبح من الفقير"[١]. وهناك شاهد ثانٍ على درجات الرشد الاقتصادي، أورده العز بن عبد السلام رحمه الله، حيث يقول : "الإطعام في المجاعة أتمّ إحسانا من الإطعام في الرخاء، لأن فضل الإطعام بقدر الاحتياج فإطعام المضطر أفضل من إطعام من مسه الجوع، واطعام من مسه الجوع أفضل ممن ليس كذلك، ولذلك غفر الله لمن سقى كلبًا يلهث ويأكل الثرى من العطش"[٢].

أما حقيقة الرشد عند العلماء المسلمين فتنحصر في ثلاثة آراء :

الأول – يرى أن الرشد هو الصلاح في المال والحفظ له عن التبذير. وبه قال جمهور الفقهاء[٣].

الثاني – يرى أن الرشد هو الصلاح في المال والدين. وبه قال الشافعية[٤].

---

(١) أحمد بن قدامة المقدسي– مختصر منهاج القاصدين، مكتبة دار البيان، دمشق، مؤسسة علوم القرآن، بيروت، ١٣٩٨هـ، ص ٢٠٧.

(٢) العز بن عبد السلام– شجرة المعارف والأحوال، دار الطباع، دمشق، ١٤١٠هـ، ص ١٩١.

(٣) ينظر : الكاساني– بدائع الصنائع، مرجع سابق، جـ٧/١٧٠، وابن رشد – بداية المجتهد ونهاية المقتصد، دار المعرفة، بيروت، ١٤٠٣هـ، جـ٢/٢٨١، وابن قدامة– المغني، مرجع سابق، جـ٤/٥٢٢.

(٤) ينظر : الشافعي– الأم، مرجع سابق، جـ٣/ ٢١٦، ومحي الدين النووي – تحرير ألفاظ التنبيه، مرجع سابق، ص ١٩٩.

الثالث – يرى أن الرشد هو الصلاح في الدين فقط. وبه قال الشافعية[١].

ولعل الراجح – والله أعلم – من أقوال الفقهاء، أن الرشد على صلاح الدين والمال، وذلك لأمور منها :

١– أن هذا القول يجمع بين أقوال الفقهاء جميعًا، مَنْ قصر الرشد على صلاح المال فقط، ومَنْ قصره على صلاح الدين فقط، ومَنْ جمع بين صلاح الدين والمال؛ إذ هو قول جامع.

٢– أن الرشد في المال دون دين لا يحقق تمام الرشد، فلو كان الفرد رشيدًا في ماله، فاسقًا في دينه، فانه لا يوثق في حمايته لماله وقيامه بتثميره وتنميته، بخلاف ما إذا كان ذا دين.

٣– أن في القرآن الكريم إشارات واضحة للرشد الإيماني، من مثل قوله تعالى : ﴿ وَلَقَدْ ءَاتَيْنَآ إِبْرَٰهِيمَ رُشْدَهُۥ مِن قَبْلُ وَكُنَّا بِهِۦ عَٰلِمِينَ ﴾[٢].

وقوله سبحانه: ﴿ لَآ إِكْرَاهَ فِى ٱلدِّينِ ۖ قَد تَّبَيَّنَ ٱلرُّشْدُ مِنَ ٱلْغَىِّ ۚ ﴾[٣]. وكذلك فيه إشارات واضحة للرشد الاقتصادي، من مثل قوله تعالى : ﴿ قَالُواْ يَٰشُعَيْبُ أَصَلَوٰتُكَ تَأْمُرُكَ أَن نَّتْرُكَ مَا يَعْبُدُ ءَابَآؤُنَآ أَوْ أَن نَّفْعَلَ فِىٓ أَمْوَٰلِنَا مَا نَشَٰٓؤُاْ ۖ إِنَّكَ لَأَنتَ ٱلْحَلِيمُ ٱلرَّشِيدُ ﴾[٤]. وهذه الإشارات في مجموعها تعطي دلالة على أهمية أن يكون الفرد رشيدًا في دينه وماله، أي يجمع بين

---

(١) ابن حزم – المحلى، مكتبة الجمهورية العربية، مصر ١٣٨٩هـ، جـ٧/١٤٩.
(٢) الآية ٥١/ سورة الأنبياء.
(٣) الآية ٢٥٦/ سورة البقرة.
(٤) الآية ٨٧/ سورة هود.

صلاح الدين وصلاح المال، ليكون رشيدًا.

٤- وبعد هذا كله نستطيع القول إن الاقتصاد الإسلامي يتفق مع الاقتصاد الوضعي في إقرار المبدأ الاقتصادي أو أسلوب وطريقة السلوك، أي يوصي المستهلك المسلم بسلوك طريق المفاضلة والموازنة الدقيقة للوصول إلى أقصى منفعة، إذ " إن المنافع مقصودة عادة وعرفًا للعقلاء" (١).

إلا أنه لا يقصر رشد السلوك على الطبيعة المادية للسلع ودرجة إشباعها، بل يمتد بها إلى كل من طبيعة الوسيلة المنفعة التي يسعى المستهلك لتحقيقها والهدف المتوخى من استهلاك تلك المنافع، فيدخلها في مقومات الرشد.

ولذلك يشترط الاقتصاد الإسلامي لتحقيق الرشد، أن يكون كل من الوسيلة والهدف لا يؤديان إلى ضرر فردي أو جماعي، وذلك بانتفاء الناحية السلبية للسلوك وتحقيق المشروعية فيه.

ولقد قدم الاقتصاد الإسلامي لكل من البعد الزمني لسلوك المستهلك والحرية والمنفعة مفهومًا يجعل المستهلك ليس فقط يتجاوز بسلوكه منطقة الضرر، بل جعله يرتفع بسلوكه إلى مستويات من الرشد التطوعي(٢).

الذي لا يقتصر فيه بإنفاق دخله على منفعته المشروعة، بل على مصالح الجماعة وحاجاتها، حيث إن هذه المفاهيم تدخل متغيرات إيجابية على دالة المنفعة للمستهلك المسلم، مما يجعلها تتسع فلا تقتصر على منفعة الفرد، بل

---

(١) الشاطبي - الموافقات، مرجع سابق، جـ٣/ ١٦٩.

(٢) د. سعيد مرطان - مدخل للفكر الاقتصادي في الإسلام، مرجع سابق، ص١٠٩-١١٧.

تضم إلى جانب ذلك منافع الجماعة.

وخلاصة القول: إن هناك ضوابط وتوجيهات[1] وضعها الإسلام، لتحدّد المسار الرشيد بالنسبة للاستهلاك، متى ما التزم بهذه التعليمات والتوجيهات المستهلك اعتبر رشيدًا، ومنها : تحريم حياة الترف، وتحريم الإسراف والتبذير، والدعوة إلى الاعتدال في الإنفاق، وتحريم استهلاك السلع والخدمات الضارة.

٢- البعد الزمني لسلوك المستهلك : إن الاقتصاد الإسلامي لا يقصر الأفق الزمني لسلوك المستهلك على الحياة الدنيا، بل إنه يمزج بين فلاح الدنيا والآخرة، ويمدد الزمن لما بعد الموت فلا يقطعه بانتهاء حياة الإنسان في الدنيا، ويربط بين كل من الحياتين بوشيجة متينة وهي وشيجة العلة والمعلول، مما يجعل تصرفات الإنسان في الحياة الدنيا مؤثرة في نتائج الآخرة[2]. يقول سبحانه: ﴿ وَٱبْتَغِ فِيمَآ ءَاتَىٰكَ ٱللَّهُ ٱلدَّارَ ٱلْءَاخِرَةَ ۖ وَلَا تَنسَ نَصِيبَكَ مِنَ ٱلدُّنْيَا ۖ وَأَحْسِن كَمَآ أَحْسَنَ ٱللَّهُ إِلَيْكَ ۖ وَلَا تَبْغِ ٱلْفَسَادَ فِى ٱلْأَرْضِ ۖ إِنَّ ٱللَّهَ لَا يُحِبُّ ٱلْمُفْسِدِينَ ﴾[3].

وعن أنس رضي الله عنه قال : قال رسول الله ﷺ : " إن قامت الساعة وفي يد أحدكم فسيلة فان استطاع أن لا تقوم الساعة حتى يغرسها

(١) ينظر في تفصيلات هذه التوجيهات د. علي عبد رب الرسول - المبادئ الاقتصادية في الإسلام، مرجع سابق، ص١٨٦-١٩٢.
(٢) محمد عللّوة - الدنيا والآخرة في ميزان الإسلام، دار قتيبة، بيروت، ١٤١١هـ، ص٢٣، ص٧٥.
(٣) الآية ٧٧/ سورة القصص.

فليغرسها"[١].

وعلى هذا الأساس يكون الزمن الذي تظهر فيه نتائج السلوك ومنافعه، ومن ثم تحقيق النجاح، ليس حكرًا على الحياة الدنيا، بل إلى الحياة الأخرى.

إن هذه المفاهيم والاعتقادات لها أثران مهمان على سلوك المستهلك ودالة منفعته[٢]:

أ- إن نتيجة أي عمل أو تصرف يختاره المستهلك تتألف من جزئيين هما الأثر المباشر لهذا العمل في الحياة الدنيا، والأثر الأبعد في الحياة الأخرى، وبالتالي فإن المنفعة المستفادة من مثل هذا العمل هي مجموع القيمة الحالية لهذين الجزيئين.

ب- إن عدد الاستعمالات الممكنة للوحدة الواحدة من الدخل المتاح للفرد يزداد زيادة كبيرة؛ بحيث يشمل كل تلك الوجوه التي تنتج أثرها في الحياة الآخرة وحدها، دون أن يكون لها أي نفع مادي في الحياة الدنيا للمنفق، وذلك كالإنفاق على الفقراء والمساكين والمصالح العامة والأجيال القادمة، عن طريق الوقف الخيري، وكالقرض الحسن، وغير ذلك من الوجوه الخيرة التي لا تدخل تحت تعريف الرشد الاقتصادي في الاقتصاد الرأسمالي، لأنها ليس لها منفعة مباشرة للمنفق.

٣- الحرية الموجهّة : إن كان الإسلام يدعم حرية الفرد الشخصية في الاختيار والتفاوض وتحديد عائداته، فإنه - مع ذلك - لا يقر الحرية المطلقة

---

(١) رواه أحمد والطيالسي والبخاري وابن الإعرابي في معجمه، وسنده صحيح على شرط مسلم. ينظر: الألباني - سلسلة الأحاديث الصحيحة، مرجع سابق، جـ١١-١٣، حديث رقم (٩).

(٢) د. منذر قحف - الاقتصاد الإسلامي، مرجع سابق، ص٣٨-٣٩.

(اختيارات المستهلك)، ولا يميل إلى (الضبط الاستهلاكي)، بل يدعم الحرية الموجهة، تلك الحرية المستنيرة بتعاليم الدين، والتي تهدف إلى إيجاد الوئام والانسجام بين مصلحة الفرد والمجتمع.

وذلك كان المال في الاقتصاد الإسلامي، عند المستهلك المسلم وديعة، والتصرف في هذه الوديعة أو الأمانة يجب أن يتم ضمن إطار التعليمات الإسلامية. وما جاوز ذلك يمكن اعتباره غير شرعي، يحاسب عليه الفرد، لما قد يسببه من أضرار تلحق ببعض أفراد المجتمع. ودليل ذلك قوله تعالى: ﴿ وَإِذَا تَوَلَّىٰ سَعَىٰ فِي ٱلْأَرْضِ لِيُفْسِدَ فِيهَا وَيُهْلِكَ ٱلْحَرْثَ وَٱلنَّسْلَ ۗ وَٱللَّهُ لَا يُحِبُّ ٱلْفَسَادَ ﴾[١].

٤- المنفعة المادية والروحية : إن الإسلام لا يثّبط الهمم في السعي والكسب وتحقيق مستويات معيشية جيدة لأفراد المجتمع، بل إن ذلك يعد فضيلة أو صفة من صفات المؤمنين. إلا أنه يشترط أن يكون تحقيق ذلك متسقًا مع المفاهيم والتعاليم الإسلامية.

ولذا نجد أن دالة المنفعة بالنسبة للمستهلك المسلم تحوي متغيرًا إضافيا إلى الجانب المتعة المادية، هو الثواب (أو العقاب) في الحياة الآخرة.

ومن ثم فلا غرابة أن نجد وجوهًا للإنفاق[٢] تبدو اقتصادية ولا تولد منفعة في المفهوم الرأسمالي، بينما تولد منفعة عظيمة في المفهوم الإسلامي مثل الجهاد في سبيل الله، ومساعدة الفقراء والمحتاجين، والجار، وغيرها من صنوف البر والإحسان.

---

(١) الآية ٢٠٥/ سورة البقرة.

(٢) د. عدنان خالد التركماني - المذهب الاقتصادي الإسلامي، مرجع سابق، ص٣٤٦.

الفصل الثاني

تحليل سلوك المستهلك

٢/١ الأساليب التحليلية وموقف الاقتصاد الإسلامي من افتراضاتها :

٢/١/١ أسلوب المنفعة.

٢/١/٢ أسلوب منحنيات السواء.

٢/١/٣ أسلوب التفضيل المستوضح.

٢/٢ النماذج التحليلية :

٢/٢/١ النموذج الاقتصادي لمارشال.

٢/٢/١ النموذج النفسي والاجتماعي لفبلن.

٢/٢/٣ النموذج التعليمي والتنظيمي لبافلوف وهوبز.

الفصل الثاني
تحليل سلوك المستهلك

إن نقطة البداية في تحليل سلوك المستهلك إنما تتحصل في أن دور هذا المستهلك في نظام السوق هو أن ينفق دخله المحدود من أجل الحصول على مختلف السلع والخدمات الاستهلاكية المعروضة أمامه بواسطة المنتجين وفقًا للأثمان السائدة في السوق، وهي أثمان تعتبر معطيات بالنسبة إليه، وتحاول نظرية الاستهلاك أن تفسر الكيفية التي يوزع بها المستهلك دخله المحدود على هذه السلع والخدمات.

والفرض الأساس في هذه النظرية هو أن المستهلك إنما يندفع في سلوكه هذا برغبته في تعظيم الإشباع الذي يحصل عليه من استهلاكه للسلع والخدمات التي يشتريها بدخله المحدود في السوق.

وهناك نوعان رئيسيان من التحليل تتضمنها نظرية الاستهلاك أو نظرية طلب المستهلك، النوع الأول والأقدم هو التحليل باستخدام أسلوب المنفعة، والنوع الثاني والأحدث هو التحليل باستخدام أسلوب منحنيات السواء.

وفي واقع الأمر فإن هذين النوعين من التحليل لا يعدوان أن يكونا في أغلب أجزائهما طريقتين مختلفتين لتوضيح الشيء ذاته. وفي حين يميل بعض الباحثين إلى النوع الأول من التحليل، فإن بعضهم الآخر يفضل النوع الثاني.

وبغض النظر عن التفضيل الشخصي لأولئك وهؤلاء، فإن النوعين من التحليل كليهما يساعدان بلا شك في فهم سلوك المستهلك بطريقة أفضل.

وهناك نوع ثالث هو التحليل باستخدام أسلوب التفضيل المستوضح، هذه الأساليب الثلاثة تحاول تفسير سلوك المستهلك في تحديد خطة إنفاقه الاستهلاكية، ولكل منها افتراضاتها ومعاييرها التي إذا استوفيت يكون المستهلك في حالة توازن أي أنه استطاع إن يوزع إنفاقه على مختلف السلع والخدمات ليحصل على المجموعة السلعية التي تحقق له أكبر قدر ممكن من المنفعة، أي أكبر إشباع ممكن بأقل نفقة ممكنة.

وقد قام آخرون بمحاولة تفسير سلوك المستهلك من خلال نماذج مقترحة تقوم على بعض معطيات العلوم السلوكية (علم النفس وعلم الاجتماع).

ولهذا، ندرس في الفصل الثاني الأساليب التحليلية الثلاثة، التي سبقت الإشارة إليها، وكذلك النماذج التحليلية المرتكزة على بعض معطيات علم النفس وعلم الاجتماع، لمعرفة إيجابيات هذه الأساليب والنماذج، وكذلك الانتقادات الموجهّة إليها، مع إبراز موقف الاقتصاد الإسلامي من الافتراضات التي قامت عليها تلك الأساليب التحليلية.

١/٢ الأساليب التحليلية وموقف الاقتصاد الإسلامي من افتراضياتها :

نقوم بتحليل سلوك المستهلك لمعرفة كيف يجابه المستهلك مشكلته الاقتصادية[1]. والمعروف أن المشكلة الاقتصادية للمستهلك تتمثل في قصور إمكانياته الحقيقية بالنسبة لاحتياجاته غير المحدودة من السلع والخدمات. حيث لا يستطيع المستهلك أن يشبع جميع احتياجاته، فإننا نفترض بداهة أنه سوف يسعى إلى إشباع أكبر قدر ممكن من هذه الاحتياجات. وحينما يتحقق السعي في هذا الاتجاه، فإنه يرتبط بنمط معين من السلوك نصفه بأنه رشيد.. فتقول إن سلوك المستهلك رشيد حيث إنه يتصرف بحيث يشبع أكبر قدر من احتياجاته في حدود دخله النقدي المحدود والأسعار السائدة للسلع والخدمات.

وحينما يتحقق للمستهلك الهدف الذي يسعى إليه فإننا نقول إنه قد حقق حالة من التوازن.

وبعد اجتهاد كبير من علماء الاقتصاد، على الأخص منذ أواخر القرن التاسع عشر الميلادي، خرجت إلينا ثلاثة أساليب تحليلية لسلوك المستهلك، وفيما يلي نستعرض هذه الأساليب التحليلية.

(١) عبد الرحمن يسري أحمد - أسس التحليل الاقتصادي، مؤسسة شباب الجامعة الإسكندرية، ١٩٧٨م، ص٦١-٦٢.

٢/١/١ أسلوب المنفعة[1] :

ظهرت فكرة المنفعة كأساس فني لتحليل سلوك المستهلك في السبعينيات من القرن الماضي عندما نشرت ثلاثة مؤلفات اقتصادية هامة، في الوقت نفسه تقريبًا، وبصفة مستقلة تمامًا للإنجليزي ستانلي جيفونز والنمساوي كلرل منجر والفرنسي ليون فالراس.

ويمكن تعريف المنفعة بأنها " قدرة السلعة أو الخدمة على إشباع حاجة ما يحس بها الإنسان في لحظة معينة وفي ظروف محددة ".

وبينما تعبّر المنفعة الحدية عن " الإشباع الذي يحصل عليه المستهلك من الوحدة الأخيرة من سلسلة وحدات متعاقبة من السلعة المستهلكة " نجد المنفعة تعبر عن : " إجمالي الإشباع الناشئ عن استهلاك الفرد لكميات مختلفة من سلعة ما خلال فترة زمنية معينة ".

أما مبدأ المنفعة الحدية المتناقصة فيعني أنه عند استهلاك وحدات إضافية من سلعة ما في زمن معين، فإن المنفعة المضافة التي نحصل عليها من هذه الوحدات ستتناقص باستمرار مع بقاء الاستهلاك من السلع الأخرى على حاله.

ولقد وجّه إلى أسلوب المنفعة بعض الانتقادات من قبل الاقتصاديين

---

(١) ينظر : جي هولتن ولسون - الاقتصاد الجزئي، مرجع سابق، ص٥٧-٦٦، وريتشارد ليففويتش - نظام الأسعار وتخصيص الموارد، ترجمة د. عبد التواب اليماني، ود. أحمد جامع - النظرية الاقتصادية، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٧٧م، جـ١/ ٣١٥-٣٣٨، ود. عبد الهادي النجار - مبادئ علم الاقتصاد، مرجع سابق، ص٢٠١-٢٠٧.

المعاصرين ومنها[١] : أن المنفعة لا يمكن أن تقاس إلا قياسًا شخصيًا، وأن مبدأ المنفعة الحدية المتناقصة لا يصلح لوصف ظواهر السوق النموذجية، كما أن المستهلك لا يعتمد وهو بصدد الاختيار بين مختلف السلع على قياس وحدات المنفعة، وإنما يعتمد على مجرد التفضيل بين الوحدات الإضافية لهذه السلع.

إلا أن مفهوم المنفعة يتيح لنا سلوك المستهلك، بافتراض[٢] التصرف الرشيد من جانب هذا المستهلك، وهذا معناه أن المستهلك يهدف إلى تحقيق أقصى قدر من الإشباع في نطاق القيود المفروضة عليه.

وتمثل هذه القيود في دخل المستهلك المحدود، والأسعار التي يدفعها عند شراء مختلف السلع المستهلكة. ويحقق المستهلك أقصى قدر من الإشباع عندما ينفق دخله على مختلف السلع بطريقة يتحقق معها تساوي المنفعة الحدية لما قيمته وحدة نقدية واحدة من إحدى السلع، بالمنفعة الحدية لما قيمته وحدة نقدية واحدة من كل من السلع الأخرى.

كما يتيح لنا تحليل المنفعة التعرف على القواعد التي يتم بمقتضاها تبادل السلع والخدمات بين الأفراد في المجتمع.

---

(١) د. خزعل مهدي الجاسم - الاقتصاد الجزئي، مرجع سابق، ص٤٩-٥٠.

(٢) ينظر في هيكل افتراضات أسلوب المنفعة : الفرد ستونير ودجلاس هيج - النظرية الاقتصادية، ترجمة صلاح الدين الصيرفي، دون ناشر، ١٩٦٢م، ص٤٥-٤٦، وجيني وويبر - أصول الاقتصاد الوحدي، ترجمة عبد الأمير شمس الدين ، المؤسسة الجامعية، بيروت، ١٤٠٩هـ، ص٦٣-٦٤.

٢/١/٢ أسلوب منحنيات السواء[١]:

يرجع تاريخ منحنيات السواء كأسلوب فني من أساليب البحث العلمي إلى الثمانينيات من القرن الماضي، وإن كان لم يأخذ مكانته الحالية في التحليل الاقتصادي إلا في الثلاثينيات من هذا القرن.

ما هي منحنيات السواء ؟.

تمثل منحنيات السواء صورة بيانية لأذواق المستهلك وتفضيلاته خلال مدة محددة. أما خريطة السواء فتمثل مجموعة من منحنيات السواء، كل منها ينحدر إلى أسفل نحو اليمين، وكل منها يمثل مستوى من الإشباع الكلي يقل عن مستوى الإشباع الكلي الذي يمثله المنحنى الذي يقع أعلاه وهكذا.

ولذلك فإن المنحنيات السواء خصائص معينة منها[٢]، أنها تنحدر إلى أسفل جهة اليمين، وأنها تكون محدبة في اتجاه نقطة الأصل، وأنها لا تتقاطع، وأن التي تقع في مكان أبعد إلى جهة الشمال الشرقي تكون مفضلة دائمًا.

وتمتاز منحنيات السواء بأنها استبعدت القياس العددي للمنفعة، وأنها تفيد في توضيح الكيفية التي يختار بها الشخص ذو الميزانية المحدودة بين

---

(١) ينظر : ريتشارد ليفتويتش – نظام الأسعار وتخصيص الموارد، مرجع سابق، ص٩٥–١٢١، ود. أحمد جامع – النظرية الاقتصادية، مرجع سابق، جـ١/ ٣٤١–٤٠٧، ود. عبد الهادي النجار – مبادئ علم الاقتصاد، مرجع سابق، ص٢٠٩–٢٢٦.

(٢) يراجع في خصائص منحنيات السواء والرسوم الموضحة لها : جيمس جوارتني وريتشارد ستروب – الاقتصاد الجزئي، ترجمة د. عبد الصبور علي، دار المريخ، الرياض، ١٤٠٧هـ، ص١٧٠–١٧٢.

سلعتين، وفائدتها في تحديد أفضل البدائل الاستهلاكية المتاحة لفرد ما.

إلا أن هناك بعض أوجه النقد يمكن أن توجّه إلى منحنيات السواء كأداة تحليلية، من ذلك : أنها ما زالت تفترض أن المستهلك يسلك سلوكًا اقتصاديًا رشيدًا، ويجري تفضيلاته بكل حزم ودقة، مع أن الإعلان والدعاية الواسعة عن السلع قد أثرت كثيرًا في انحراف المستهلك عن السلوك الرشيد، كما أنها لا تأخذ في الاعتبار مشكلة تغير أذواق المستهلكين على مدار الوقت، وكذلك تفترض أن المستهلك ينفق كل دخله على الاستهلاك، مع أن الواقع يخالف ذلك، لتفضيل بعض الناس الادخار للمستقبل أو للاحتياط[1].

ومع ذلك فإن تحليل منحنيات السواء يعتبر طريقة بديلة لأسلوب المنفعة في تفسير سلوك المستهلك وإقامة منحنيات الطلب الفردية للسلع والخدمات. ولذا يفضل بعض الباحثين استخدام تحليل منحنيات السواء، لأنه لا يتطلب قياس المنفعة قياسًا كميًا، وإن كان افتراض المنفعة الحدية المتناقصة لازمًا له.وتوضح خريطة السواء أذواق المستهلك وتفضيلاته، كما يبين خط المجموعات المتاحة (خط الميزانية) عناصر الفرص المتاحة أمام المستهلك عند شراء السلع والخدمات، وتتمثل هذه العناصر في دخل المستهلك وأسعار السلع في السوق، ويصل المستهلك لموقف التوازن عند نقطة تماس خط المجموعات المتاحة بأعلى منحنى سواء ممكن.

وتبين نقطة التماس في هذه الحالة المجموعات التوازنية من السلعتين، أي المجموعة التي تحقق للمستهلك أقصى إشباع كلي ممكن، في نطاق القيود المفروضة عليه.

---

(١) ينظر في ذلك : د. حسين عمر - نظرية القيمة، مرجع سابق، ص٣٥٤-٣٦١.

٣/١/٢ أسلوب التفضيل المستوضح[١] :

إن من أوائل من نادى بهذا الأسلوب هو الاقتصادي ليتل وكذلك سامولسون، فلقد حاول كل منهما أن يبني تحليله لنظرية سلوك المستهلك لا على أساس سؤال المستهلكين عن تفضيلاتهم للمجموعات المختلفة، بل على أساس أفعال حقيقية، كما تظهر في السوق.

ويلاحظ أن هذا الأسلوب هو أفضل من أسلوب منحنيات السواء؛ إذ أنه مرتكز على السلوك الفعلي للمستهلك كما نشاهده فعلاً في السوق. وفي حين أن هذا الأسلوب قلّل من أهمية منحنيات السواء كأسلوب تحليلي، فإنه نبذ كلية أسلوب المنفعة العدية.

إلا إنه يلاحظ عليه في حقيقة الأمر توصله إلى النتائج ذاتها التي توصل إليها تحليل منحنيات السواء، فقط دون منحنيات سواء !! ولهذا قيل : "إن الأسلوب لا يرقى إلى مستوى أن يكون أسلوبًا ثالثًا مستقلاً لتحليل سلوك المستهلك، وأن يقف على قدم المساواة مع أسلوبي المنفعة ومنحنيات السواء"[٢].

ويلاحظ أن سامولسون نفسه لم يشر إلى طريقة التفضيل المستوضح في الطبعات الأخيرة من مؤلفه في علم الاقتصاد، وإنما استخدم أسلوب المنفعة (المنفعة العددية) وأسلوب منحنيات السواء (المنفعة الترتيبية) في شرحه لنظرية

---

(١) ينظر : هندرسون وكواندت – نظرية اقتصاديات الوحدة، ترجمة : د. متوكل مهلهل، دار المريخ، الرياض، ص ٦٨-٧٠، ود. حسين عمر – الرفاهية الاقتصادية، مكتبة القاهرة الحديثة، القاهرة، ١٩٦١م، ص ٨٧-١٠٢، ود. عبد الهادي النجار – مبادئ علم الاقتصاد، مرجع سابق، ص٢٢٧-٢٣٠.

(٢) د. أحمد جامع – النظرية الاقتصادية، مرجع سابق، جـ١/ ٤١٢.

سلوك المستهلك.

ومع ذلك فإن أسلوب التفضيل المستوضح يستند في تحليله لسلوك المستهلك لنظرية سلوك المستهلك إلى شيء واحد، هو تفضيل المستهلك كما يظهره ويعبر عنه فعلاً القرار الذي يتخذه لشراء توليفة بعينها دون غيرها من سلعتين معينتين في السوق.

وهكذا يكون القرار الذي يتخذه المستهلك فعلاً، أو الاختيار الذي يقوم به حقًا في السوق هو شأنه الإفصاح عن تفضيلة أو الكشف عن هذا التفضيل.

ومعنى هذا أن النقطة على خط الميزانية التي تعبر عن توازن المستهلك إنما تدل على قرار اتخذه هذا المستهلك مفصحًا به عن تفضيله للتوليفة من السلعتين التي تشير إليها هذه النقطة دون غيرها من مختلف التوليفات التي يمكنه الحصول عليها بدخله المحدود.

موقف الاقتصاد الإسلامي من افتراضات الأساليب التحليلية :

ينبغي الإشارة إلى بعض الملحوظات الهامة قبل الشروع في ذكر بعض النقاط الموضحة لموقف الاقتصاد الإسلامي، ومن هذه الملحوظات :

١. أن الإسلام لا يقف ضد أي أسلوب للتحليل الاقتصادي طالما أن موضوع التحليل لا يخالف نصًا شرعيًا أو قاعدة معتبرة.

٢. أن أولويات الاستهلاك والتميز بين السلع الطيبة والسلع الخبيثة والقدرة الشرائية على الطلب في السوق .. كل هذه تنصرف إلى موضوع

التحليل وليس أسلوب التحليل، وهو ما يتعين التنبيه إليه هنا، بحيث ينصب الحديث عن موقف الاقتصاد الإسلامي من افتراضات الأساليب التحليلية وليس الأساليب نفسها، ذلك أنها أدوات تحليلية مساعدة. ويمكن إيضاح الموقف من خلال هذا النقاط :

١- إن افتراضات هذه الأساليب لا تدخل في اعتبارها أولويات الاستهلاك، أي إنفاق الدخل أولاً على السلع الضرورية ثم الحاجية ثم التحسينية. ولذا يمكن القول إن مَنْ يتبع هذه الأولويات في استهلاكه يعتبر مستهلكًا رشيدًا.

وهذا التقسيم للأولويات يقوم على أساس درجة إلحاح الحاجة، فالحاجة الضرورية (الضروريات) أشد إلحاحا من الحاجة شبه الضرورية (الحاجيات)، وهذه الأخيرة أشد إلحاحا من الحاجة إلى الكماليات أو التحسينات.

ذلك أن الضروريات "لابد منها في قيام مصالح الدين والدنيا ؛ بحيث إذا فقدت لم تجر مصالح الدنيا على استقامة، بل على فساد وتهارج وفوت الحياة، وفي الأخرى فوت النجاة والنعيم والرجوع بالخسران المبين"[١] كما أن الحاجيات : " ما يفتقر إليها من حيث التوسعة ورفع الضيق المؤدي في الغالب إلى الحرج والمشقة اللاحقة بفوات المطلوب"[٢]، بينما نجد أن التحسينات هي " الأخذ بما يليق من محاسن العادات ومكارم الأخلاق"[٣].

---

(١) الشاطبي - الموفقات، مرجع جـ٢/ ١١.
(٢) الشاطبي - المرجع نفسه، جـ٢/ ١١.
(٣) الشاطبي - المرجع نفسه، جـ٢/ ١١.

ولذلك فإن المستهلك الرشيد ينبغي ألا ينتقل باستهلاكه من مجموعة سلعية أو خدمية ما، قبل أن يتم إشباعه من المجموعة السابقة، ولا يستهلك ما هو حاجي أو تحسيني إذا تعارض مع ما هو ضروري.

٢- إن افتراضات هذه الأساليب التحليلية لا تميز بين السلع الطيبة والسلع الخبيثة. ذلك أن تناول المستهلك للسلع الخبيثة لا يحقق له منفعة، بل تؤدي به ضرر محقق، والمنفعة المادية لتلك السلع الخبيثة - إن وجدت - هي منفعة سالبة .. ويقول تعالى: ﴿وَيُحِلُّ لَهُمُ ٱلطَّيِّبَٰتِ وَيُحَرِّمُ عَلَيْهِمُ ٱلْخَبَٰٓئِثَ﴾ [١]. ويقول سبحانه : ﴿۞ يَسْـَٔلُونَكَ عَنِ ٱلْخَمْرِ وَٱلْمَيْسِرِ قُلْ فِيهِمَآ إِثْمٌ كَبِيرٌ وَمَنَٰفِعُ لِلنَّاسِ وَإِثْمُهُمَآ أَكْبَرُ مِن نَّفْعِهِمَا﴾ [٢].

ولكن تناول المستهلك للسلع الطيبة يحقق له منفعة مادية موجبة، ولذلك جاء التوجيه القرآني بتناول الطيبات من الرزق، يقول تعالى: ﴿وَكُلُوا۟ مِمَّا رَزَقَكُمُ ٱللَّهُ حَلَٰلًا طَيِّبًا﴾ [٣].. وجاء التوجيه النبوي بذلك أيضًا، كما في حديث أبي هريرة رضي الله عنه قال : قال رسول الله ﷺ : "أيها الناس إن الله طيب لا يقبل إلا طيبًا "[٤].

ولذلك فإن المستهلك الرشيد ينبغي أن يميز بين ما هو طيب وبين ما هو خبيث، ذلك لأنه ﴿لَّا يَسْتَوِى ٱلْخَبِيثُ وَٱلطَّيِّبُ﴾ [٥] ومن ثم يتجه دائمًا نحو استهلاك السلع الطيبة دون الخبيثة، لأنه يقدر الشيء بقيمته الحقيقية.

---

(١) الآية ١٥٧/ سورة الأعراف.

(٢) الآية ٢١٩/ سورة البقرة.

(٣) الآية ٨٨/ سورة المائدة.

(٤) أخرجه مسلم في صحيحه، ينظر : صحيح مسلم بشرح النووي، مرجع سابق، جـ٣/ ٥١.

(٥) الآية ١٠٠/ سورة المائدة.

٣- إن افتراضات هذه الأساليب التحليلية لا تهتم إلا بالحاجات المدعومة بالقدرة على الشراء أي القوة الشرائية للمستهلك، وأما الحاجات غير المدعومة بهذه القدرة فلا يُعتد بها في السوق. أي أن المستهلك المحتاج الذي لا يملك القدرة المالية على شراء ما يسد به حاجته، لا يُهتم به عند تقدير الطلب في السوق.

٤- أما المستهلك المسلم فلا تهمل حاجاته، حتى غير المدعومة بالقدرة الشرائية، ذلك أن المجتمع الإسلامي تكفَّل بسد حاجات غير القادرين، وذلك عن طريق الزكاة والصدقات وأوجه البر المختلفة .. فالزكاة في الإسلام تعتبر معيارًا من معايير التوازن في المجتمع بين الأغنياء والفقراء، فحتى لا يبقى الفقير محرومًا من المال، والغني عنده المال ولا ينفقه لمستحقيه شرع الخالق عز وجل الزكاة ﴿كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنكُمْ﴾ [1] ومن هنا نستطيع القول إن من المعاني التي من أجلها شرعت الزكاة، هو تدعيم القدرة الشرائية لدى الذين لا يجدون ما يسدون به حاجاتهم.

ولذلك فإن المستهلك الرشيد ينبغي أن يراعي غيره في استهلاكه، ممن لا يجد القدرة المالية الشرائية تكافلاً وإحسانا وبرًا، وقد دُعي المستهلك إلى ذلك، كما في قوله تعالى: ﴿ لَّيْسَ الْبِرَّ أَن تُوَلُّوا وُجُوهَكُمْ قِبَلَ الْمَشْرِقِ وَالْمَغْرِبِ وَلَٰكِنَّ الْبِرَّ مَنْ آمَنَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَالْمَلَائِكَةِ وَالْكِتَابِ وَالنَّبِيِّينَ وَآتَى الْمَالَ عَلَىٰ حُبِّهِ ذَوِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسَاكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَالسَّائِلِينَ وَفِي الرِّقَابِ﴾ [1]. وقوله تعالى:

---

(١) الآية ٧/ سورة الحشر.
(٢) الآية ١٧٧/ سورة البقرة.

﴿ وَيُؤْثِرُونَ عَلَىٰٓ أَنفُسِهِمْ وَلَوْ كَانَ بِهِمْ خَصَاصَةٌ ﴾ [٢]. وقوله عليه الصلاة والسلام : "إن الأشعريين إذا أرملوا في الغزو أو قل طعام عيالهم بالمدنية جمعوا ما كان عندهم في ثوب واحد، ثم اقتسموه بينهم في إناء واحد بالسوية، فهم مني وأنا منهم"[٣].

---

(١) الآية ٩/ سورة الحشر.

(٢) أخرجه البخاري ومسلم. ينظر : صحيح البخاري، مرجع سابق، جـ٢/٧٤، ومحمد فؤاد عبد الباقي – اللؤلؤ والمرجان فيما اتفق عليه الشيخان، مطبعة عيسى حلبي، القاهرة، د.ت، جـ١٧١/٣.

٢/٢ النماذج التحليلية :

ظهرت الحاجة إلى صيغة نماذج لسلوك المستهلك نتيجة التباعد بين المنتجين والمستهلكين وانتشار متاجر الخدمة الذاتية، وتعدد المنتجات والخدمات، والتغيرات الكبيرة التي حدثت في أنماط الشراء والاستهلاك لدى مختلف الطبقات الاجتماعية نتيجة التغيرات في الدخول ومستويات المعيشة والتعليم، وهو ما استتبعه من تغيرات واضحة في التطلعات الاستهلاكية، مما أدى إلى صعوبة معرفة الأسباب الحقيقية للشراء، والدوافع للسلوك الاستهلاكي، وهو ما ساعد على مزيد من الاتجاه نحو الدراسات النفسية والاجتماعية في محاولة لفهم السلوك الإنساني، باستخدام بدائل مختلفة من بينها صياغة نماذج لسلوك المستهلك قائمة على أساس فروض مستمدة من نتائج الدراسات التطبيقية التي أجريت في ميادين علم النفس وعلم النفس الاجتماعي وعلم دراسة الإنسان.

وفي إطار سلوك المستهلك ودوافعه توجد عدة نماذج مختلفة بينها من حيث الخطوات والمكونات والعلاقات، وعلى الرغم من ذلك فإن وجود مثل هذه النماذج له عدد من الفوائد، من أهمها[١] : الإطار الفكري الذي يساعد على مزيد من فهم طبيعة السلوك الاستهلاكي المعروض من خلال تلك النماذج، كذلك توفير الأساس الذي يمكن الاعتماد عليه في التنبؤ بسلوك المستهلك، والمساعدة على توضيح مختلف العلاقات والتأثيرات المتبادلة وتفسيرها، إضافة إلى توفير الأساس العلمي السليم الذي يسهم في تطوير

---

(١) ينظر في ذلك : د. محمد عبد الله عبد الرحيم - العلاقات مع المستهلكين، مدخل سلوكي، مطبعة عابدين، القاهرة، ١٣٩٨هـ، ص٦٦.

المعرفة وإنمائها.

ومع الاهتمام المتزايد الموجه إلى هذا المجال، إلا أنه لم يُتوصل بَعْد على اتفاق على نموذج أو نظرية واحدة تشرح سلوك المستهلك، فهناك أكثر من نموذج يفسر كل منها سلوك المستهلك من زاوية معينة. وإزاء تعدد هذه النماذج فإننا سنقصر الحديث على ثلاثة أنواع منها.

١/٢/٢ النموذج الاقتصادي لمارشال :

١. ويقترح نموذج مارشال الفروض السلوكية التالية :

٢. كلما انخفضت أسعار السلعة، زاد حجم المبيعات منها.

٣. كلما انخفضت أسعار السلع البديلة، قلت مبيعات السلعة الأصلية.

٤. كلما انخفضت أسعار السلع المكملة، زادت مبيعات السلعة الأصلية.

٥. كلما زاد الدخل الحقيقي للمستهلكين المحتملين، زادت مبيعات السلعة.

٦. كلما زادت مصروفات الترويج، زادت المبيعات من السلعة[١].

وقد رُفض نموذج مارشال باعتباره تصويرًا نظريًا خياليًا، ولا يضيف جديدًا، وبالتالي فهو أقرب إلى كونه معيارًا أو مقياسًا وليس نموذجًا وصفيًا

---

(١) فيلب كوتلر – تحليل سلوك المستهلك، ترجمة محمد عبد الرحمن، المنظمة العربية للعلوم الإدارية، عمّان، ١٩٧٨م، ص٤٨-٥١.

لسلوك المستهلك.

ومع ذلك فإن هناك مزايا قدمها هذا النموذج منها : أنه من المؤكد أن المشتري يتصرف وفقًا لمصلحته الذاتية، ولكن هذا لا ينطوي على كثير لتفسير السلوك، وأنه يقدم قواعد لسلوك المستهلك الذي يحاول أن يكون رشيدًا، ولكن ليس من المحتمل أن تطبّق قواعد هذا الرشد في جميع المواقف. وأن العوامل الاقتصادية تؤثر بدرجات متفاوتة في جميع الأسواق، وبالتالي يجب أخذه في الحسبان للوصول إلى أي وصف شامل لسلوك المستهلك. ولذا يمكن القول إن هذا النموذج يقدم إطارًا مفيدًا لتحليل جزء من تصرف المستهلك.

٢/٢/٢ النوذج النفسي الاجتماعي لفبلن :

طرح كوتلر في دراسته " تحليل سلوك المستهلك " التي أشرنا إليها نموذجًا مرتبطًا بالدخل النفسي والاجتماعي لسلوك المستهلك هو نموذج فبلن. ويركز فبلن في دراسته على نموذج " الطبقة المترفة"[1]، التي يرى أن سلوكها الاستهلاكي تحكمه الشهرة والظهور والبحث عن المكانة، وأن الهدف الحقيقي لهذه الطبقة هو التباهي بالاستهلاك كمًا وكيفًا، وأن الطبقات الأخرى تسعى لتقليدها.

---

(١) ثور شتاين فبلن – نظرية الطبقة المترفة، ترجمة محمود محمد مرسي، الدار المصرية للتأليف والترجمة، القاهرة، د.ت.

وعلى هذا فإن الاستهلاك المظهري[٢]، يصبح الموضة التي يسير عليها الجميع ولن يوجد مجتمع مهما كان فقيرًا إلا وتكون هذه النزعة موجودة، وهي موجودة في كل طبقات المجتمع ويردف ذلك قائلاً : إن رغبة كل شخص هي السباق في حيازة السلع بقصد التظاهر وليس أساسًا في إشباع حاجة فعلية. ثم يقول : إن التقليد يحكم شراء الأشياء والإنفاق الاستهلاكي وربما تكون أقوى الدوافع الاقتصادية في مجتمع صناعي.

ويُعرض على نموذج فبلن على أساس أن الطبقة المترفة لا تعتبر جماعة مرجعية لنسبة غالبة من أفراد المجتمع، لأن الأفراد يتطلعون عادة إلى الطبقة الاجتماعية التي تعلو طبقتهم مباشرة، فضلاً عن اتجاه بعض أفراد الطبقة المترفة إلى الاستهلاك المعقول الذي يشبع الاحتياجات الحقيقية فعلاً. كما أنه ينبغي ألا نأخذ تصرف بعض الأفراد ونعممه على الطبقة جميعها ..

إلا أنه يمكن القول إن نموذج فبلن أكدّ على أثر العديد من المتغيرات والمحددات الاجتماعية على سلوك المستهلك مثل الثقافة والحضارة السائدة في المجتمع والطبقة الاجتماعية.

---

(١) حيث يكون الغرض من الاستهلاك إظهار دليل مادي بمظهر الشخص الاجتماعي ويطلق على هذا اللفظ بالإنجليزية : "Conspication Consumption" ، ينظر : دينكن ميتشيل – معجم علم الاجتماع، ترجمة د. احسان محمد الحسن، دار الطليعة، بيروت، ١٩٨٦م، ص٦٢.

٣/٢/٢ النموذج التنظيمي لبا فلوف وهوبز :

- النموذج التعليمي لبافلوف :

لقد توصل بافلوف من تجاربه إلى أن التعليم - إلى حد كبير - عملية ارتباط شرطية وتوارد خواطر، وأن جزءًا كبيرًا من السلوك يتكيّف بهذه الطريقة. ولقد تم تطوير هذا النموذج وتحديثه بمواصلة الأبحاث وسبر غور بعض الظواهر المختلفة كالتعليم والنسيان والقدرة على التميز، إلى أن تبلور النموذج ليضم أربعة مكونات أساسية هي[١]: الدافع والمزاج والاستجابة والتعزيز.

ولا يدعي هذا النموذج أنه يقدم نموذجًا كاملاً للسلوك، فهناك مفاهيم مثل الإدراك واللاشعور وتأثير التفاعل بين الأفراد لم تحظ بالمعالجة الكافية، إلا أنه يثير الانتباه إلى بعض الجوانب التسويقية والإعلانية على وجه الخصوص، مثل أهمية تكرار الإعلان لتدعيم الاستجابة ومحاربة النسيان وأهمية أن ينطوي مضمون الرسالة الإعلانية على أقوى الدوافع المرتبطة بخصائص السلعة أو الخدمة المعلن عنها، كما يفيد النموذج في وضع الخطوات الرئيسة لاستراتيجية الإعلان[٢].

---

(١) ينظر شروح هذه المكونات في : موسوعة علم النفس، د. أسعد رزوق، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، ١٩٧٨م، ص٣٤/٧٥/١٢١/٢٤٠.

(٢) فيلب كوتلر - تحليل سلوك المستهلك، مرجع سابق، ص٥٢-٥٥.

- النموذج التنظيمي لهوبز :

اهتمت النماذج السابقة بإلقاء الضوء على سلوك المستهلك العائلي أساسًا، ولكن ماذا عن العدد الكبير من المشترين الصناعيين وهم المشترون الذين لا يهدفون إلى استهلاك ما يشترونه، وإنما يهدفون بشرائهم عملية الإنتاج أو التوزيع، ويطلق عليهم هوبز تسمية المشتري التنظيمي.

والسؤال مرة أخرى : كيف يتخذ المشتري الصناعي قراره؟

هنا انقسم الكتّاب إلى فريقين مختلفين حول الدافع وراء الشراء. فريق يؤكد أن الدوافع الرشيدة هي التي تحكم اتخاذ القرار؛ حيث يلتزم المشتري الصناعي في قراره باعتبارات التكلفة والجودة والخدمة.

وفريق آخر يؤكد على أن الدوافع الشخصية هي التي تحكم اتخاذ القرار، وذلك انطلاقًا من اعتقادهم بأن الميول والاهتمامات الشخصية لمتخذ القرار تؤثر بوضوح على ما يقرره باعتباره الأفضل لمصلحة الشركة أو المنشأة[١].

وفي الحقيقة فإن كلا النوعين من الدوافع موجود، فمهما بلغت درجة الرشد والموضوعية لدى متخذ القرار، فانه يبقي متأثرًا بالدوافع الشخصية باعتباره بشرًا، وهذا ما أكده توماس هويز في نموذجه، حيث جمع بين آراء كلا الفريقين المتعارضين من خلال الربط بين الدوافع الموضوعية الرشيدة والدوافع الشخصية.

ويعد أن تناولنا هذه النماذج المفسرة والمحللة لسلوك المستهلك بشيء من

---

(١) فيليب كوتلر - تحليل سلوك المستهلك، مرجع سابق، ص٧٣-٧٥.

البيان، نود الإشارة إلى إدراك حقيقة مفادها : أن أيًا من هذه النماذج بمفرده لا يقدم تفسيرًا كاملاً لسلوك المستهلك، وذلك بسبب ما تتصف به من تشابك ونتيجة لذلك فإنه من الأفضل اعتبار هذه النماذج على أنها مكملة لبعضها، وليست بدائل يمكن الاكتفاء بأحدها عن الآخر.

الفصل الثالث
الصياغة العامة لنظرية سلوك المستهلك
في الاقتصاد الإسلامي

٣/١ مناقشة الدراسات والنماذج السابقة :

٣/١/١ الجوانب المدروسة.

٣/١/٢ الجوانب غير المدروسة.

٣/١/٣ النتائج .

٣/٢ محاولة صياغة نظرية سلوك المستهلك في الاقتصاد الإسلامي :

٣/٢/١ فروض النظرية.

٣/٢/٢ تحليل النظرية.

٣/٢/٣ أهم الخصائص التحليلية لدالة الاستهلاك الفردي للإنسان المسلم.

الصياغة العامة
لنظرية سلوك المستهلك في الاقتصاد الإسلامي

لقد نمت الكتابات في موضوع الاقتصاد الإسلامي خلال العقدين الماضيين نمواً كبيراً، مما أدى إلى انتشار الأدب الاقتصادي الإسلامي كمًا ونوعًا ليشمل مواضيع شتى، وكان نصيب موضوع سلوك المستهلك وفيراً، بل إن هناك دراسات ومحاولات كثيرة للاقتصاديين المسلمين عن المنظور الإسلامي الخاص بنظرية سلوك المستهلك، أصبحت من الكثرة، بحيث إن إمكانية إضافة شيء مهم يبدو محدودًا. غير أن ما تعانيه بعض هذه الدراسات والمحاولات من الغموض والخلط وعدم الدقة والوضوح في الوصف والعرض والتحليل، جعل الحاجة ماسّة لتقويمها ومناقشتها، بهدف الوصول إلى أدوات تحليلية تكون قادرة على وصف سلوك المستهلك المسلم " كما لو كان "، أي تصف التصرف الواقعي للمستهلك المسلم، محددة المسلمات الحاكمة لهذا السلوك؛ وكيفية تفضيل المستهلك المسلم بين أنواع الإنفاق، وموضحة أهم الخصائص التحليلية لدالة المنفعة للمستهلك المسلم.

ولهذا نتناول في الفصل الثالث أولاً، الدراسات والنماذج السابقة المقدمة لتفسير سلوك المستهلك المسلم، موضحين الجوانب التي درستها جيدًا، والجوانب غير المدروسة دراسة كافية، وصولاً إلى نتائج محددة معينة، لمحاولة صياغة نظرية سلوك المستهلك في الاقتصاد الإسلامي، وهو الموضوع الثاني للدراسة في هذا الفصل، وذلك بتناول فروض النظرية المقترحة، ووصفها، ثم القيام بتحليلها، وبعد ذلك ذكر أهم الخصائص التحليلية لدالة المنفعة للإنسان المسلم.

١/٣ مناقشة الدراسات والنماذج السابقة :

١/١/٣ الجوانب المدروسة :

إن الكتابات في الاقتصاد الإسلامي التي تناولت موضوع سلوك المستهلك بدأت منذ ما يزيد على عقد من الزمن، وتعتبر كتابات كل من الدكتور محمد نجاة الله صديقي، والدكتور منذر قحف، والدكتور أنس الزرقا، من المساهمات الرائدة في هذا المجال. وقد كانت معظم هذه الكتابات منصبّة بشكل أساس على موضوع تعريف الرشد الاقتصادي، منتقدة المفهوم الغربي للرشد الاقتصادي، ومقترحة مفهومًا جديدًا له، ينسجم وتعاليم الشريعة الإسلامية.

فالرشد الاقتصادي عند الدكتور محمد نجاة الله صديقي[1] يتمثل في الطاعة الكاملة. والالتزام التام بالتعاليم الإسلامية، ومجمل تحليل د. صديقي يدور حول كون المستهلك المسلم يبغي تحقيق أكبر قدر ممكن من الفلاح، أو الحد الأقصى من الخير.

يقول د. صديقي في شرح مفهوم الفلاح، يولد الإنسان بحاجات تفوق القدرة على التعداد، فمن الطبيعي أن يكافح من أجل إشباعها، وكلما اقترب هذا الإشباع من الكمال كان المرء في حال أفضل. ذلك أن كفاية هذه الحاجات تؤدي إلى سلامة الذهن والإحساس بالأمن والاكتفاء.

وهذه الحالة الذهنية هي بحد ذاتها أفضل الحالات لنمو الجو الروحي

---

(1) M.N. Siddigi – The Economic Enterprise in Islam, Ibid, p.90, and Some Aspects, of the Islamic Economy, Ibid, p.15-20.

والأخلاقي، ولذلك لا يوجد مستوى من التقدم العادي يمكن أن يقال عنه إنه بنفسه لا يلائم التقدم الروحي والأخلاقي، فإذا ما تم الوصول للتقدم العادي بطرق سليمة وأمكن المحافظة عليه، فإن في ذلك أكبر عون للأخلاق والروحانيات.

وهكذا فالنتيجة، أن السعي وراء المنفعة الاقتصادية ليس رذيلة في نظر الإسلام، إذا ما كان متوازنًا ومتسقًا مع جوانب الحياة الأخرى، وإذا ما قصد به الخير.

وجاءت محاولة الدكتور منذر قحف [١] في تعريف وتحديد مفهوم الرشد الاقتصادي أكثر دقة، وفي محاولته لتعليل وتبرير هذا المفهوم يرى د. قحف أن معنى الحياة عند المسلم يختلف عنه عند غير المسلم، فالمسلم يرى أن هناك حياة ما قبل الموت، وحياة ما بعد الموت. لذا فإن أي اختيار للمستهلك له أثران ما قبل الموت وأثر ما بعد الموت، وهنا يعتقد د. قحف أن المنفعة المتولدة من مثل هذا الاختيار هي عبارة عن القيمة الحالية للأثرين معًا. وقد حاول د. قحف[٢] في دراسة أخرى أن يحدد ثلاثة عوامل رئيسة تؤثر في سلوك المستهلك المسلم على النحو التالي :

١ ـ إن الإسلام يقرن الاعتقاد بيوم الحساب، والحياة بعد الموت، بالإيمان بالله سبحانه وتعالى، وبالتالي فالمؤمن بالله هو الذي يؤمن بيوم الحساب والحياة بعد الموت.

---

(1) د. منذر قحف ـ الاقتصاد الإسلامي، مرجع سابق، ص ٣٧ ـ ٣٨.

(2) M. Khaf " A Contribution to the Theory of Consumer Behavior in an Islamic Society", In Studies in Islamic Economics, The Islamic Foundation, U.K., 1981, p.19-36.

٢ ـ إن معنى النجاح بالنسبة للمسلم ليس بتجميع الثروة، كما هو الحال للمستهلك غير المسلم، فالنجاح بالنسبة للمسلم يتمثل في طاعة الله، والإنفاق حسب أوامره سبحانه وتعالى.

٣ ـ مفهوم الثروة والدخل في الإسلام هو أنه هبة من الله سبحانه وتعالى فالملك هو لله وحده، وهو الذي يحدد شكل توزيعه وإنفاقه خلافًا لمفهوم الثروة عند المستهلك غير المسلم.

ومن خلال هذه المعايير الثلاثة يرى د.قحف أن هدف المسلم هو أن يعظم الفلاح في حدود دخله القابل للإنفاق. وبالتالي فإن مشكلة التعظيم عند المستهلك المسلم يمكن أن تنحصر في معضلة تعظيم دالتي الهدف في آن واحد.

وأما بحث الدكتور أنس الزرقا[1] فقد كان رائدًا في هذا المجال، وقد قطع شوطًا كبيرًا في تطوير نظرية سلوك المستهلك من منظور إسلامي، وقد لاقى بحثه هذا قبولاً عامًا ورسوخًا عند معظم المتخصصين في موضوع الاقتصاد الإسلامي.

فمكونات دالة المنفعة محددة وواضحة، خلافًا لما هو الحال عند د. قحف، حيث يرى د. الزرقا أن دالة المنفعة للإنسان المسلم يظهر فيها متغير جديد هو الثواب (أو العقاب) في الحياة الآخرة، وهو في هذه الناحية لا يختلف عن د. قحف من حيث المفهوم، إلا أنه يختلف عنه من حيث

---

(1) أنس الزرقا ـ " صياغة إسلامية لجوانب من دالة المصلحة الاجتماعية ونظرية سلوك المستهلك "، الاقتصاد الإسلامي، المركز العالمي لأبحاث الاقتصاد الإسلامي، جدة، ١٤٠٠هـ، ص١٥٥-١٩٧.

الوضوح ودقة الصياغة والقرب من الواقعية.

يرى د. الزرقا أن هناك دالة منفعة واحدة تتكون من المتغيرات التالية : الاستهلاك في الدنيا، والثواب (أو العقاب) في الآخرة. ويرى د. الزرقا أن علاقة الاستهلاك مع الثواب ليست علاقة عكسية. كما يرى أن أوامر الله ونواهي الشريعة الإسلامية هي ليست قيودًا في تعظيم دالة المنفعة تؤدي إلى تقليل منفعة المستهلك. بل إن التقيد بأوامر الله ونواهيه يؤدي إلى زيادة ثواب الآخرة، وبالتالي يؤدي إلى رفع المنفعة عند المستهلك.

وقد حاول د. الزرقا أن يشرح طبيعة اختيار المسلم لكمية الاستهلاك الدنيوي وأيضًا لمقدار الثواب (أو العقاب) في الآخرة، وذلك ضمن مستويات الاستهلاك المختلفة من الواجب إلى الحرام، حيث حددها بأربعة مستويات : مستوى حفظ الحياة، ومستوى الضروريات الخمس، ومستوى الكفاية وحد الإسراف. وهي تستند إلى مفاهيم الضروريات والحاجيات والتكميليات، والحد الأعلى منها، كما وضحها الإمامان الغزالي والشاطبي رحمهما الله.

ومن خلال استخدام الرسم البياني وضح د. الزرقا الاختيارات المختلفة المتاحة للمستهلك المسلم، فيستطيع المستهلك المسلم أن يختار أي مستوى من مستويات الاستهلاك الذي يسمح به دخله، وهذا الاختيار قد يتوافق مع الثواب (أو العقاب)، وكأن د. الزرقا يقول بطريقة غير مباشرة إنه إذا استهلك المسلم وفقًا لأوامر الله، فإن هذا الاستهلاك يحقق له إشباعا دنيويًا، وفي الوقت نفسه يتحقق له ثواب أخروي، وأما إذا استهلك خلافًا لما أمر الله، فإنه قد يحقق إشباعا دنيونًا، ولكن له عقاب أخروي.

وهنا نلحظ تميز د. الزرقا على د. قحف، إذ لم يفترض أن المسلمين

يهدفون إلى تعظيم الثواب كما يرى د. قحف، فقد يكون هناك المسلم الملتزم والمسلم الأقل التزامًا والمسلم العاصي. وقد حدد د. الزرقا في رسمه البياني ثلاثة مستويات للثواب سماها : الثواب المعدوم، والثواب العظيم، والعقاب الشديد. ويقول د. الزرقا إن الذي يضع الفرد في أحد هذه المستويات الثلاثة هو عقيدته وبنيته للاستهلاك من جهة، وتصرفه الاستهلاكي من جهة أخرى، وقد استفاض د. الزرقا في شرح ذلك دون ما أي غموض.

وأما الدكتور شوقي دنيا[1]، فيرى أن السلوك الاستهلاكي للمسلم يتفق مع السلوك الاستهلاكي لغير المسلم في بعض الوجوه، حيث يحقق المسلم توازنه الاستهلاكي مثله مثل غيره، عندما يحصل على أكبر إشباع ممكن، ويختلف معه في وجوه أخرى.

أ ـ عند اتخاذ قرار تخصيص جزء من دخله للاستهلاك، فهو محكوم بعوامل خاصة.

ب ـ خريطة استهلاك المسلم تتميز عن خريطة غيره من حيث محتوياتها من السلع والخدمات.

وأما دراسة الدكتور حسين غانم[2]، فقد استهدفت إلقاء بعض المعالم الإسلامية على جوانب من نظرية سلوك المستهلك، وحاولت طرح مفاهيم وفروض إسلامية بديلة، في حين عرضت النظرية الوضعية لسلوك المستهلك بالقدر الذي يحتاج إليه البحث من الناحية الإسلامية.

---

(1) د. شوقي دنيا – النظرية الاقتصادية من منظور إسلامي، مرجع سابق، ص٧٥–١٠٥.

(٢) د. حسين غانم – نظرية سلوك المستهلك، مرجع سابق، ص٦٢–١٣١.

وقدم الدكتور محمد عبد المنعم عفر[1] إسهاما في الموضع تمثل في محاولة صياغة تفضيلات المستهلك المسلم تبعًا لأحكام الشريعة ومقاصدها في الخلق، من خلال تحليل بياني، وذلك بتقدير الأوزان النسبية للمستهلك المسلم وتتلخص خطوات هذه الدراسة في الآتي :

أ ـ تقدير الأوزان النسبية لأوجه الإنفاق المختلفة لاحتياجات حفظ الضروريات الخمس من السلع والخدمات المختلفة.

ب ـ تقدير الأوزان النسبية لأوجه الإنفاق المختلفة لاحتياجات أقسام السلع والخدمات داخل المراتب السابقة من ضروريات وحاجيات وتحسينات.

جـ ـ تحديد الأوزان النسبية لأوجه الإنفاق المختلفة داخل الأقسام الثلاثة السابقة لاحتياجات مجالات الإنفاق المختلفة على النفس والأهل والأقارب وغيرهم من السلع والخدمات المختلفة.

د ـ تقدير الأوزان النسبية العامة لكل مجال في كل قسم وكل مرتبة.

هـ ـ صياغة دالة المنفعة للمسلم.

ويرى د. عفر أن المستهلك المسلم عند إنفاقه لدخله، يأخذ في اعتباره احتياجاته من اللوازم الخمس (حفظ الدين، والنفس، والعقل، والنسل، والمال)، واحتياجات غيره ممن يعول،أو يجب عليه الإنفاق عليهم أو مساعدتهم. كذلك التطوع بأنواع القربات المختلفة إلى الله، كما أن المستهلك المسلم يرتب ميزانية أسرته على أساس أهمية أبواب الإنفاق المختلفة.

---

(١) د. محمد عبد المنعم عفر – الاقتصاد الإسلامي (التصرفات الفردية)، دار حافظ للنشر والتوزيع، جدة، ١٤٠٩هـ، ص٢١٠ وما بعدها.

وأما نجفي[1]، فقد قدم بعض الخصائص للمستهلك المسلم، وهي كالآتي :

أ ـ سلة المستهلك المسلم تحتوي على جميع الطيبات ولا تستثني إلا الخبائث المذكورة في القرآن على سبيل الحصر.

ب ـ هناك حد أقصى للكمية التي يطلبها المستهلك المسلم من أي سلعة.

جـ ـ تعتمد منفعة المستهلك المسلم على منافع الآخرين في المجتمع، فلا ينطوي سلوكه على الأنانية.

فمن وجهة نظر نجفي، يعظم المستهلك منفعته بالاختيار بين التوليفات المختلفة من السلع التي أحلها الله في حدود دخله، ويشترط ألا يتعدى حد الغنى، آخذًا في الاعتبار منافع غيره من أفراد المجتمع. فالمستهلك المسلم يواجه نوعين من القيود :

أ ـ قيد الدخل.

ب ـ والقيد الديني.

وفي دراسة الدكتور محمد فهيم خان[2] تعتمد المنفعة الكلية للفرد المسلم على متغيرين :

أ ـ الإنفاق على السلع والخدمات.

---

(1) Nagvi – Ethics and Economics, The Islamic Foundation, U.K., 1981, p.63-64.

(٢) F. Khan – Implications of Islamic Consumption Patterns for Saving, Growth and Distribution in a Macroeconomic Frame Work, School of Economics, Islamic University, Islamabad, 1983, p.5-25.

ب ـ الإنفاق في سبيل الله.

وهذه الدراسة لا تختلف في هذا عن ما جاء في دراسة د. قحف كثيرًا غير أنها أوضحت أن تخصيص الدخل بين وجهي الإنفاق، أمر متروك لسلوك الفرد المسلم الذي يتشكل وفقًا لدرجة التقوى. فالتخصيص إذن، يتحدد بما يأتي :

أ ـ بعض الخصائص التي تحدد نمط الاستهلاك للفرد الرشيد.

ب ـ درجة التقوى أو الصلاح.

ويناقش د. خان حقيقة أن المسلمات التي يتطلبها وضع نظرية لسلوك المستهلك المسلم لا يمكن أن تكون مجموعة من الفروض الواقعية أو غير الواقعية. بل لا بد أن تكون من المسلمات التي يكتسبها الفرد المسلم ويستقيها من تعاليم دينه. وقد لخص د. خان ما أسماه بالعناصر الرئيسة لسلوك المستهلك المسلم لتشمل :

أ ـ يمكن تصنيف أوجه الإنفاق الكلي للمستهلك المسلم تحت مجموعتين :

١ ـ إنفاق بهدف تحقيق المنفعة الدنيوية ويشمل الإنفاق في الوقت الحاضر والادخار أو الاستثمار بهدف تمويل الاستهلاك في المستقبل.

٢ ـ الإنفاق على الغير بهدف الثواب في الآخرة. ويشمل تمويل الاستهلاك الحالي أو المستقبلي للغير.

ب ـ سلة المستهلك المسلم تحتوي على جميع الطيبات ولا تستثني إلا الخبائث.

جـ ـ توزيع الدخل بين الاستهلاك أو الإنفاق على الغير أمر متروك لسلوك المستهلك الذي يجب أن يكون متسقًا مع تعاليم الإسلام.

د ـ تعتبر درجة التقوى المحدد الأساس لسلوك المستهلك المسلم.

هـ ـ هناك حد أدنى فقط من الإنفاق على الغير بالنسبة لهؤلاء الذين يجب عليهم إخراج الزكاة.

و ـ يبيح الشرع للمسلم أن يدخر، على أن يستثمر الجزء الأكبر من هذه المدخرات لحمايتها من التآكل بدفع الزكاة عنها سنة بعد سنة أخرى(١).

وقد نجح د.خان في تقديم بعض الأطر العامة التي تحكم سلوك المستهلك المسلم التي تمتد جذورها إلى ما جاء في القرآن الكريم والسنة النبوية من تشريع، ويساعد على ترجمتها إلى سلوك درجة التقوى.

كما نجح د. خان في إبراز أوجه الخلاف بين هذه المسلمات وتلك التي افترضها واضعو النظرية الوضعية لسلوك المستهلك. ثم استعان د. خان بعد ذلك بهذه المسلمات في تفسير سلوك المستهلك المسلم تجاه الاختيار بين الإنفاق على الاستهلاك الدنيوي والإنفاق على الغير أو الإنفاق في سبيل الله.

وأما نموذج د. عبد الحميد محبوب(١) فقد قام من خلاله بوصف سلوك المستهلك المسلم "كما لو كان" يقوم المستهلك بتعظيم منفعته على مرحلتين، فهو أولاً، يوزع دخله بين الإنفاق الاستهلاكي، والإنفاق على الآخرين (في

---

(1) See also For F. Khan – " Macro consumption Function in an Islamic Framework", Ibid, p.3-15.

(٢) ينظر : د. عبد اللطيف محبوب – " نحو نظرية في سلوك المستهلك المسلم والرفاهية الاقتصادية "، مجلة بحوث الاقتصاد الإسلامي، الجمعية الدولية للاقتصاد الإسلامي، ليستر، ١٩٩١م، م١، ع٢، ص١٢–٢٤.

وجه الخير) ؛ بحيث يحقق هذا التوزيع أقصى منفعة له، وذلك في ظل قيد لا يتعداه وهو أن مجموع نوعي الإنفاق لا يتجاوز دخل المستهلك، ثم في مرحلة ثانية، يقوم المستهلك بتوزيع إنفاقه الاستهلاكي وهو يمثل القيد في هذه المرحلة بين الطيبات الاستهلاكية من سلع وخدمات، بحيث يحقق هذا التوزيع أقصى منفعة له.

وقد استخدم د. عبد الحميد في نموذجه المقترح تحليل السواء، المعتمد على قابلية المنافع للترتيب، متضمنًا وفورات الاستهلاك أو اهتمام الفرد بالآخرين. وقد افترض د. عبد الحميد خضوع معظم المستهلكين في اختياراتهم للفروض أو المسلمات التالية : فرض إمكانية المقارنة، وفرض تعدي أو انتقال التفضيلات، وفرض تفضيل المستهلك كمية أكبر من أيّة طيّبة على كمية أقل منها. وعند المفاضلة بين نوعي الإنفاق، أوضح د. عبد الحميد أن الأسباب المرتبطة بهذه المفاضلة هي : درجة الإيمان والتقوى، ومدى العدالة والمساواة في توزيع الدخل والثروة، ودور الدولة في مشروعات التكافل الاجتماعي، ودرجة مرونة وكفاءة المؤسسات التوزيعية. حيث إن هذه الأسباب أو العوامل هي المؤثرة في شكل خريطة السواء. وقد استهدف نموذج د. عبد الحميد تحليل ردود فعل المستهلك المسلم تجاه التغيرات في الأسعار النسبية للطيبات الاستهلاكية الناتجة عن ظروف السوق، وكذلك التوصل إلى توصيات محددة بخصوص السياسة الاقتصادية (كسياسة الضرائب أو الإعانات) المؤثرة في دخل المستهلك مباشرة، أو في أسعار السلع والخدمات بصورة غير مباشرة، وأيضًا استهدف النموذج دراسة قضية وفورات الاستهلاك أو ما يمكن تسميته اهتمام المستهلك بالآخرين.

ومن خلال هذا العرض الموجز لنموذج د. عبد الحميد، يمكن القول :

أ ـ إن هذا النموذج أدخل وفورات الاستهلاك (اهتمام الفرد بالآخرين)، جزءًا أصيلاً في النموذج.

ب ـ إن هذا النموذج تجنب مشكلة قياس الثواب وعلاقته بالاستهلاك، حيث بيّن كيفية توزيع المستهلك لدخله بين نوعي الإنفاق في مرحلة، ثم بيّن كيفية توزيع المستهلك للجزء المخصص لإنفاقه الاستهلاكي على الطيبات الاستهلاكية في مرحلة أخرى.

جـ ـ إن هذا النموذج انفرد بدراسة ردود فعل المستهلك تجاه التغيرات في الأسعار النسبية للطيبات الاستهلاكية وفي دخله، المستهدفة من قبل السياسة الاقتصادية (بواسطة الضرائب أو الإعانات المباشرة وغير المباشرة).

وإلى جانب ذلك هنالك دراسات أخرى حول الموضوع، بعضها[1]حاول صياغة نظرية سلوك المستهلك في الاقتصاد الإسلامي من خلال استخدام معيارين : المعيار الوزني، والمعيار الترتيبي، وبعضها الآخر[2]، قدّم تعريفًا بالفئات الجزئية المكونة لفئة الاستهلاك، وعرض أشكالا مختلفة لمنحنيات السواء للمستهلك برؤية إسلامية.

---

(1) ينظر د. أمين منتصر ـ محاولة لصياغة نظرية سلوك المستهلك في الاقتصاد الإسلامي، بحثان مقدمان للمؤتمرين الدوليين الثالث عشر والرابع عشر للإحصاء والحسابات العلمية والبحوث الاجتماعية والسكانية، الأول : المعيار الوزني، والثاني : المعيار الترتيبي، القاهرة،١٤٠٨هـ، ١٤٠٩هـ.

(2) ينظر : د. بو علام جيلالي ود. فريد بشير ـ " نحو نظرية لسلوك المستهلك المسلم "، مرجع سابق، ص ٤٣ ـ ٦٨.

وهناك الدراسة التطبيقية[1] للدكتور محمد مختار متولي، وقد قدمت هذه الدراسات مساهمات جيدة وأصيلة لفهم سلوك المستهلك المسلم، وحددت بعض المعالم الهامة ليهتدي بها الباحثون في هذا المجال.

ومما سبق استعراضه من دراسات ونماذج مقدمة لتفسير سلوك المستهلك في الاقتصاد الإسلامي، يعطي دلالة على أن هناك جوانب قد غطتها تلك الدراسات، وقامت بدراستها جيدًا، ومن ثم خرجت من خلال ذلك بنتائج مثمرة، وعليه يمكن القول إن من الجوانب المدروسة ما يلي :

١ ـ مكونات سلوك المستهلك، الرشد الاقتصادي، والبعد الزمني، والمنفعة، والنجاح (الفلاح أو الخير).

٢ ـ مشروعية السلع والخدمات المستعملة في الاستهلاك.

٣ ـ رشد المستهلك، والتوجيهات الإسلامية التي تجعل من سلوكه رشيدًا.

٤ ـ المعايير الأخلاقية لسلوك المستهلك المسلم.

٥ ـ محاولة وضع مسلمات حاكمة لاختيار المستهلك المسلم.

٦ ـ دراسة الأساليب التحليلية (أسلوب المنفعة، وأسلوب منحنيات السواء، وأسلوب التفضيل المستوضح، برؤية إسلامية، والاستفادة منها في عرض نظرية سلوك المستهلك المسلم.

---

(١) د. محمد مختار متولي " أحكام الشريعة الإسلامية ودالة الاستهلاك في الدول الإسلامية المعاصرة "، مجلة جامعة الملك عبد العزيز، الاقتصاد الإسلامي، جدة، ١٤٠٩هـ، م١، ص٣ ـ ٤٠.

٧ ـ محاولة ربط سلوك المستهلك المسلم بمقاصد الشريعة.

٨ ـ محاولة إدخال متغير على دالة المنفعة مثل الثواب (أو العقاب) والإنفاق على الغير (الإنفاق في سبيل الله)، ودراسة الآثار المترتبة على ذلك، وبيان الصعوبات التي تكتنف هذه المحاولة.

وقد تمت الاستفادة من هذه الجوانب التي تمت دراستها، والنتائج التي تحققت من خلالها، في كثير من فصول ومباحث البحث.

٢/١/٣ الجوانب غير المدروسة :

على الرغم من تلك الدراسات والنماذج التي قدمها بعض الباحثين لموضوع سلوك المستهلك في الاقتصاد الإسلامي في السنوات الأخيرة، إلا أنها تحتاج إلى مناقشة وتقويم لما وصلت إليه من نتائج، وما قدمته من محاولات تفسيرية لسلوك المستهلك برؤية إسلامية.

ومن هنا فقد جاء تعريف د. صديقي للرشد الاقتصادي متصفًا بالعمومية، كما أن استهداف الحد الأقصى من الخير، لا يقتصر على المسلم باعتباره مستهلكًا، بل يشمل المنتج المسلم، والمنفق على الغير، فهو هدف عام.

وبالرغم من المحاولة الجادة من قبل د. قحف في تحديد وتعريف مفهوم الرشد الاقتصادي، إلا أن الغموض ما زال يكتنف هذا التعريف لسلوك المستهلك المسلم، فلم يحدد مثلاً د. قحف شكل دالة المنفعة بشكل واضح عند المستهلك المسلم، كما أنه لم يبين كيفية توزيع المستهلك لدخله لتحقيق

الإشباع الدنيوي والثواب في الآخرة. والأكثر غموضًا من هذا كله، قوله بأن المنفعة المتولدة عن اختيار المستهلك هي القيمة الحالية للأثرين معًا، فكيف استطاع د. قحف أن يحسب الأثر الدنيوي والأثر الأخروي ! لكي يحدد ما يسميه بالقيمة الحالية لهما؟! وما هو سعر الخصم الذي استخدمه من أجل إيجاد القيمة الحالية للأثرين ؟!. وما هي فترة كل من الحياة الدنيا والحياة الأخرى للمسلم؟ وهل يستطيع د. قحف أن يحدد فترة الحياة الأخرى ؟! التي يعتبر تحديدها شرطًا أساسيًا لحساب القيمة الحالية ؟!.

وإذا كان د. قحف في محاولته الثانية أكثر وضوحًا، إلا أن مفهومه للرشد الاقتصادي ما زال يعاني من إشكالات، فافتراض د. قحف أن المسلم يقوم بتعظيم الفلاح انطلاقًا من المعايير الثلاثة المحددة لسلوك المستهلك المسلم كما يراها ـ لا يتفق والمنهج العلمي ـ وذلك لأن هذا الافتراض لا يمكن اعتباره فرضية جدلية، حيث إن بناء الفرضية الجدلية يتطلب جمع الحقائق العلمية المترابطة وتصنيفها، ثم تعميمها على شكل جملة منطقية كي تعتبر فرضية جدلية. وعليه، فما هي الحقائق العلمية التي انطلق منها د. قحف في أن المسلم في الواقع العملي يقوم فعلاً بتعظيم الفلاح وذلك من خلال الإنفاق كما أمره الله سبحانه وتعالى ؟!.

وواقع الحال أن القرآن الكريم يصف حال البشر الفعلية من حب الناس للمال ، قال تعالى : ﴿ وَتُحِبُّونَ ٱلْمَالَ حُبًّا جَمًّا ﴾[1] . وقوله سبحانه : ﴿ أَلْهَىٰكُمُ ٱلتَّكَاثُرُ ﴾ [2]. وبسبب إحجام الناس عن الإنفاق في سبيل الله

---

(١) الآية ٢٠/ سورة الفجر.
(٢) الآية ١/ سورة التكاثر.

اعتبر الإسلام إنفاق المال في سبيل الله جهادًا وقدمه على الجهاد بالنفس، قال تعالى : ﴿ وَتُجَٰهِدُونَ فِي سَبِيلِ ٱللَّهِ بِأَمْوَٰلِكُمْ وَأَنفُسِكُمْ ﴾ (١). وذلك ليحرر النفس البشرية من حبها الذي طبع على جمع المال وتكديسه، لهذا قال تعالى: ﴿ وَءَاتَى ٱلْمَالَ عَلَىٰ حُبِّهِۦ ذَوِى ٱلْقُرْبَىٰ ﴾ (٢)، وقوله سبحانه: ﴿ زُيِّنَ لِلنَّاسِ حُبُّ ٱلشَّهَوَٰتِ مِنَ ٱلنِّسَآءِ وَٱلْبَنِينَ وَٱلْقَنَٰطِيرِ ٱلْمُقَنطَرَةِ مِنَ ٱلذَّهَبِ وَٱلْفِضَّةِ... ﴾ (٣).

ومن هنا نلاحظ أن افتراض د. قحف أن المسلمين يقومون بتعظيم الفلاح عن طريق الإنفاق في سبيل الله، لا يتفق والواقع الذي وصفه القرآن الكريم. كما أن بعض تصرفات المسلمين الواقعية لا تؤيد ما ذهب إليه د. قحف في أن المسلمين يهدفون إلى تعظيم الفلاح من خلال الإنفاق في سبيل الله، إذ كيف نفسر تصرف المسلم الذي يصوم ويصلي وقد يحجم عن دفع الزكاة؟ وكيف نفسر تصرفات المسلمين الذين يحجمون عن الإنفاق؟!.

وعلى هذا الأساس فإن الفرضية التي وضعها د. قحف بأن المسلم يقوم بتعظيم الفلاح هي جملة معيارية تصف ماذا يجب أن يكون عليه سلوك المستهلك المسلم، وليست جملة تقريرية تصف سلوكه الفعلي.

ومع المحاولة الرائدة من د. الزرقا، إلا أن عليه ملاحظات أهمها :

عدم وضوح العلاقة التي تربط بين الاستهلاك في الدنيا والثواب في الآخرة، بالرغم من محاولة توضيح هذا الربط من خلال الرسم البياني، الذي

---

(١) الآية ١١/ سورة الصف.
(٢) الآية ١٧٧/سورة البقرة.
(٣) الآية ١٤/ سورة آل عمران.

وضع فيه الاستهلاك الدنيوي على المحور الأفقي، والثواب الأخروي على المحور العمودي، إلا أن الربط ما زال غير واضح، فلا يمكن اعتبار العلاقة بينهما سالبة، إذ إن زيادة استهلاك المسلم ليس بالضرورة أن تقلل من الثواب.

كما أن العلاقة بينهما لا يمكن اعتبارها موجبة، فزيادة الاستهلاك ليس بالضرورة أن تؤدي إلى زيادة الثواب.

وقد أشار د. الزرقا إلى ذلك بقوله : إن الثواب مربوط بنية الاستهلاك والالتزام بالعقيدة وليس بحجم الاستهلاك بشكل عام.

ونظرًا لعدم وضوح هذه العلاقة عند د. الزرقا، تبرز صعوبة رسم منحنيات السواء، التي تربط الاستهلاك الدنيوي بالثواب الأخروي، كما أن افتراض احتمال أن يكون الثواب (أو العقاب) موجبًا أو سالبًا، يعني أن الاختيار المتاح للمستهلك ليس محصورًا في الجزء غير السالب، خلافًا لما هو معروف ومتفق عليه بين علماء الاقتصاد. فعند د. الزرقا أي نقطة تقع إلى يمين الخط العمودي (سواء أكان في الجزء الموجب أم في الجزء السالب) هي نقطة متاحة، وهذا يجعل استخدام منحنيات السواء لتحليل سلوك المستهلك عند د. الزرقا صعبًا. وأضف إلى ذلك صعوبة رسم خط الميزانية للمستهلك المسلم حسب نظرية سلوك المستهلك التي جاء بها د. الزرقا للأسباب التالية :

أ- لعدم وضوح العلاقة بين الاستهلاك والثواب كما أسلفنا سابقًا.

ب- لصعوبة قياس الثواب؛ إذ ما هي وحدات الثواب التي يتكلم عنها د. الزرقا ؟! وما هي الأسعار التي يفترضها لوحدة الثواب؟!.

ومن ثم فإن الحديث عن توازن المستهلك، وإيجاد حل لمشكلة الاختيار

عند المستهلك، وتحديد توزيع المستهلك للدخل، كل ذلك يصبح أمرًا عسيرًا.

وأما محاولة نجفي، فقد انتقدت لتصويرها النواهي التي شرعها الله قيدًا إضافيا على سلوك المستهلك المسلم.

إذ جاءت هذه التعاليم في الحقيقة هداية تحفظ للإنسان آدميته، ولتحقق له الخير في الدنيا وحسن ثواب الآخرة، فتكسبه بذلك المزيد من المنفعة. بل إن التسليم بهذا التصور من شأنه أن يقلل من مستوى رفاهة الفرد المسلم مقارنًا بغير المسلم. وليس هناك دليل يؤيد ذلك على الإطلاق.

فلم تختلف إذن دراسة نجفي عن دراسة د. الزرقا، ولم تناقش صراحة المسلمات التي تشكل سلوك المستهلك المسلم تجاه الاختيار بين البدائل المتاحة.

ونجد أن دراسة د. خان كغيرها من الدراسات التي سبق استعراضها لم تتطرق إلى موضوع سلوك المستهلك المسلم تجاه المفاضلة بين السلع المختلفة داخل كل مجموعة سلعية، وبين السلع المنتمية للمجموعات المختلفة. فالأمر هنا يحتاج إلى دراسة تفصيلية لتفصيلات المستهلك المسلم وطبيعة خصائص دالة منفعته، ولا يزال هناك متسع لإسهام الباحثين في هذا المجال.

وبالنسبة لنموذج د. عبد الحميد، فمع تميّزه في الوصف والتحليل، إلا أن هناك جوانب أخرى لم يتناولها النموذج المقترح، ومن ذلك بيان الأساس أو البناء الفكري الذي تقوم على أساسه أية نظرية في سلوك المستهلك؛ إذ يتضمن هذا البناء : المسلمات الحاكمة لسلوك المستهلك المسلم، وكذا المفاهيم الأساسية المرتبطة بسلوك المستهلك المسلم.

ثم إن هذا النموذج باعتماده على تحليل السواء، وفروضه، أدى به هذا

الاعتماد إلى نتائج مشابهة للنظرية الوضعية كما أشار إلى ذلك د. عبد الحميد نفسه(١). وأما مسألة ترتيب الطيبات الاستهلاكية إلى ضروريات وحاجيات وتحسينات، فلم يأخذها د. عبد الحميد في الاعتبار في نموذجه المقترح، مع أن هذا الترتيب من أولويات الاستهلاك التي نادت الشريعة الإسلامية بمراعاتها*.

وعليه، يمكن القول إن طلب المستهلك يشتق في النظرية الاقتصادية الوضعية من عملية تعظيم دالة منفعة المستهلك في ظل قيد الميزانية. وتأتي خصائص منحنى الطلب لتعكس طبيعة دالة المنفعة وشكل خريطة منحنيات السواء التي تتحدد وفقًا لتفضيلات المستهلك والمسلمات التي تحكمها.

غير أن ما جاء في النظرية الوضعية من مسلمات إنما يعكس القيم الاجتماعية والموروثات الفلسفية للمجتمعات الغربية.

والسؤال : هل تصلح مسلمات النظرية الوضعية لتفسير سلوك المستهلك المسلم في جميع الأحوال؟ .. والإجابة بالطبع : لا، بل يجب وضع مسلمات لتفسير تفضيلات المستهلك المسلم تنبع من صميم تعاليم الدين الإسلامي، وتعكس التقاليد والقيم المعايير التي جاء بها الإسلام.

ومما سبق مناقشته من دراسات ونماذج مقدمة لتفسير سلوك المستهلك في الاقتصاد الإسلامي، يتضح أن هناك جوانب لم تغطها هذه الدراسات، ومن ثم لم تصل إلى نتائج كافية، مما يستدعي إجراء مزيد من الدراسات، وعليه يمكن القول إن من الجوانب غير المدروسة، دراسة كافية، ما يلي :

---

(١) ينظر : د. عبد الحميد محجوب – "نحو نظرية في سلوك المستهلك المسلم"، مرجع سابق، ص١٦.

* سبق بيان موقف الاقتصاد الإسلامي من افتراضات الأساليب التحليلية، تراجع فقرة "أولويات الاستهلاك"، ص٦٦ من البحث.

١. دور القيم في النظرية الاقتصادية.

٢. الاقتصاد الإسلامي بين المعيارية والوضعية.

٣. اكتشاف النظرية الاقتصادية الإسلامية، مقوماتها، مبادئُها، ملاحظات عند اكتشافها، تطبيقات عليها.

٤. مسلمات سلوك المستهلك المسلم.

٥. نظرية لسلوك المستهلك المسلم محددة المعالم.

٦. الشكل المقترح لدالة المنفعة، التي تدرس التصرف الفعلي للمستهلك المسلم.

٧. أهم الخصائص التحليلية لدالة الاستهلاك.

وهذه الجوانب غير المدروسة، دراسة كافية، بعضها سبقت دراسته عند تناول موضوع سلوك المستهلك في الاقتصاد الإسلامي في المبحث ٢/١ وبعضها الآخر سوف يدرس من خلال المبحث القادم ٣ /٢، عند محاولة صياغة نظرية سلوك المستهلك في الاقتصاد الإسلامي، وتوضيح البناء الفكري الذي تقوم على أساسه هذه المحاولة.

٣/١/٣ النتائج :

يمكن تصنيف الكتابات التي ذكرناها فيما سبق، من حيث إسهامها في تقديم بديل لنظرية سلوك المستهلك الوضعية، إلى مجموعات ثلاث :

المجموعة الأولى : تدور حول فكرة ترتيب أولويات المستهلك المسلم.

ضروريات وحاجيات وكماليات. أشار إلى هذه الفكرة د. الزرقا في القسم الأول من دراسته، ولكنه انتقل في القسم الثاني من الدراسة إلى وصف اختيار المستهلك المسلم بين الطيبات المتاحة بواسطة منحنيات السواء، حيث يقاس على المحور الرأسي الثواب وعلى الأفقي كمية الاستهلاك، ويكون انحدار منحنيات السواء سالبًا، حيث إنه طالما كان الاستهلاك فوق حد الكفاية ودون حد الإسراف[١]. وبغض النظر عن بعض الملحوظات حول هذه العلاقة التي سبقت الإشارة إليها في المبحث السابق (٣/١/٢)، فإنه ليس واضحًا كيفية استخدام تلك الأداة التحليلية في اشتقاق منحنى الطلب، وفي بيان خصائصه، أو في تحليل السياسات الاقتصادية الجزئية التي تؤثر في دخل المستهلك، أو في الأسعار النسبية للطيبات الاستهلاكية.

وقد أكمل الدكتور جيلالي وزميله الدكتور فريد طاهر ما بدأه د. الزرقا بخصوص ترتيب أولويات المستهلك بين الضروريات والحاجيات والكماليات، وذلك باشتقاق دالة منفعة ذات خصائص محددة من المسلمات التي افترضاها بالنسبة للمستهلك المسلم.

وقد انتهى الكاتبان إلى وصف تفضيلات المستهلك في شكل مجموعة من منحنيات السواء، لا تختلف كثيرًا عما هو موجود في النظرية الوضعية[٢] والاستثناء الوحيد هو في حالة اختيار المستهلك بين سلعتين ضروريتين بديلتين، حيث تظهر منحنيات السواء مقعرّة نحو نقطة الأصل، طالما لم يصل

---

(1) د. أنس الزرقا - " صياغة إسلامية لجوانب من دالة المصلحة الاجتماعية ونظرية سلوك المستهلك"، مرجع سابق، ص١٥٥-١٦٥.

(٢) د. بو علام جيلالي ود. فريد طاهر - " نحو نظرية لسلوك المستهلك المسلم "، مرجع سابق، ص٦٢-٦٥.

المستهلك إلى حد الكفاف في كل منهما. وبالإضافة إلى ذلك فإن الأدوات التحليلية التي اشتقها الكاتبان (دالة المنفعة ومنحنيات السواء) لا تعكس وفورات الاستهلاك (الإيثار وعدم الأنانية) لدى المستهلك المسلم برغم أنهما استهدفا معالجة هذا القصور في النظرية الوضعية منذ البداية، يقول الكاتبان : " وعلى ذلك فمن غير المعقول أن تقتصر دالة منفعة المسلم على ما يستهلكه من سلع فقط، بل لابد وأن تعتمد أيضًا على منافع الأفراد الآخرين بالمجتمع "[١].

المجموعة الثانية : فقد تركزت حول إعادة تعريف رشد المستهلك من منظور إسلامي، وقد أجاد د. قحف في ذلك حيث اعتبر رشد المستهلك معتمدًا على مقومات ثلاث : البعد الزمني (الدنيوي والأخروي) لسلوك المستهلك، ومفهوم النجاح، ومفهوم الثروة، واقترح في النهاية أنه بعد أخذ هذه العناصر في الاعتبار يمكن رسم خريطة الأفضليات للمستهلك المسلم لاستخدامها في دراسة أوضاع التوازن، بناءً على تعظيم المنفعة أو الحد الأقصى من الخير، وأن مبدأ التعظيم هذا مقبول من غير جدال في نظرية الاقتصاد الإسلامي[٢]، ولكن الكاتب لم يدخل في تفصيلات حول شكل خريطة الأفضليات هذه، أو كيفية استخدامها في تحليل سلوك المستهلك، أو معنى الخير الذي يسعى المسلم إلى تحصيل الحد الأقصى منه، هل هو المنفعة بمفهومها المعروف؟ أم هو ثواب الدنيا والآخرة؟ أم هو ثواب الآخرة.

وعلى أية حال، فربما تكون هذه الفكرة هي التي حفزت كاتبًا آخر،

---

(١) د. بو علام جيلالي، ود. فريد طاهر، المرجع نفسه، ص٤٩.
(٢) د. منذر قحف - الاقتصاد الإسلامي، مرجع سابق، ص٤٧-٥٩.

فبنى عليها – على أنه لم يذكر أن ذلك هو المصدر الأصلي للفكرة – وصفة لاختيار المسلم بين الاستهلاك العاجل والاستهلاك الآجل (الادخار) في شكل منحنيات سواء، بغرض معظمه الفلاح والنجاح في الحياة. إلا مقدار الدخل الذي يخصصه الفرد للإنفاق بالمقارنة مع رغبته في الادخار[1].

ونتساءل مرة أخرى : ما هو الشيء الذي يسعى المستهلك إلى معظمة؟ المنفعة بمعناها الوضعي ؟ إذن، فلا جديد في الأمر. أم هي المنفعة في الدارين ؟ إذن، يعاني التحليل من نفس نواحي القصور التي عرضناها آنفًا.

المجموعة الثالثة : وتتميز بأنها لا تضع النجاح الدنيوي جنبًا إلى جنب مع النجاح الآخروي في دالة هدف المستهلك التي يحاول أن يحصل على أعلى قيمة لها، وإنما تفرق بين قرار المستهلك بتوزيع دخله بين الأغراض الاستهلاكية من جهة، وأغراض الإنفاق في وجوه الخير (كمساعدة الفقراء وقضاء حوائج المحتاجين) من جهة أخرى، وأول ما نقابله في هذه المجموعة دراسة د. قحف الثانية، الذي يقول فيها : "وعلى ذلك فان مشكلة المعظمة – يعني تعظيم منفعة المستهلك – يمكن التعبير عنها في شكل دالتي هدف : إحداهما تختص بالإشباع الحاصل من استهلاك السلع والخدمات، وتختص الأخرى بإثراء الحياة الأخرى بعد الموت، بواسطة الإنفاق في وجوه الخير. ويتم تعظيم هاتين الدالتين في ظل قيد الدخل القابل للإنفاق وبمعرفة الأسعار النسبية للسلع والخدمات المتاحة"[٢].

---

(١) د. عبد العزيز فهمي هيكل – مدخل للاقتصاد الإسلامي، مرجع سابق، ص٢٨–٣٢.

(٢) M. Khaf – " A Contribution to the Theory of Consumer Behavior in an Islamic Society, Ibid, p.22-24.

وقد سار د. شوقي دنيا على ذات النهج عارضًا فكرته من خلال معادلة توزيع دخل المستهلك بين الاستهلاك والاستثمار (أي الادخار من أجل الاستثمار) والإنفاق الاجتماعي، وقد علّق على هذا المعادلة بقول : " معنى ذلك أن المسلم قد قرر في ضوء العوامل المتعددة، والتي منها ما ذكره د. قحف (أي الأبعاد الثلاثة لرشد المستهلك المسلم) أن يكون توزيع دخله على النحو المذكور.. وبعد هذه المرحلة الخاصة، بتوزيع الدخل، يطرح السؤال : كيف يحقق المسلم توازنه كمستهلك؟" والتساؤل الهام المطروح هنا هو : هل قولنا إن المستهلك المسلم يستهدف أن يحصل على أكبر قدر ممكن من الإشباع من دخله المخصص للاستهلاك، تكون فيه مخالفة إسلامية؟ الجواب هو كما نعتقد – والكلام ما زال للدكتور شوقي دنيا – لا. بل إن غير ذلك هو المخالف لتوجيهات الإسلام.. وعلينا أن ندرك أننا هنا في مرحلة الاستهلاك ولسنا في مرحلة إنفاق اجتماعي أو في نطاقه، فهذا نطاق وهذا نطاق.. وهما معًا يعملان في إطار تحقيق الحد الأقصى من الخير ومن الفلاح"[1].

والملاحظ في هذا التحليل أنه يتجنب مشاكل قياس الثواب وعلاقته بالاستهلاك بواسطة فصل قرار المستهلك بتوزيع دخله بين الإنفاق الاجتماعي (في وجوه الخير)، والاستهلاك عن قراره بتوزيع دخله المخصص للاستهلاك بين الطيبات المتاحة للحصول على أقصى منفعة، ورغم أن هذا الفصل يتيح للباحث دراسة وتحليل العوامل الموضوعية الحاكمة لاستهلاك المسلم. إلا أننا نلاحظ أن تحديد نسبة الدخل المخصصة للاستهلاك يبدو خارجًا عن نطاق

(١) د. شوقي دنيا – النظرية الاقتصادية من منظور إسلامي، مرجع سابق، ص١٠٢-١٠٣.

النظرية، أي أنه مفترض بطريقة مسبقة وفقًا لظروف وعوامل لا تدخل في نطاق التحليل الاقتصادي. ويبدو ذلك جليًا في بعض كتابات د. محمد عفر، التي فيها نفس المنهج، ولكن في سياق مختلف، فقد افترض د. عفر للمستهلك المسلم قائمة بالأوزان النسبية للفئات المختلفة من الإنفاق، وهذه الأوزان فبطبيعتها لا تختلف عن المنافع الحدية، بل لقد عاملها د. عفر كذلك عندما قرر أن توازن المستهلك المسلم يحدث عندما تتساوى نسبة الأوزان إلى الأسعار عبر الطيبات الاستهلاكية المتاحة.

ويقرر د. عفر أنه يتعين تحديد المبالغ التي تخص أبواب الإنفاق (النفس، الأهل، الآخرين) قبل العمل بهذه الأوزان[١] كما أن الأمثلة الرقمية التي أوردها تضمنت نسبة ما ينفقه المسلم على الآخرون كمتغير خارجي غير خاضع للتحديد أو التحليل داخل النظرية[٢].

وخلاصة ما سبق، أن هناك جهودًا طيبة قد بذلها الباحثون المسلمون في مجال نظرية سلوك المستهلك، وأنه لا يزال هناك حاجة إلى جمع هذه الجهود في اتجاه واحد، لبناء نظرية واضحة المعالم، من حيث الفروض وأدوات البحث والتحليل يمكن به وصف وتفسير السلوك الاستهلاكي للمسلم وهذا هو موضوع المبحث القادم (٣/٢).

---

(١) د. محمد عبد المنعم عفر – الاقتصاد التحليلي الإسلامي، مرجع سابق، ص٢٢٣.
(٢) د. محمد عبد المنعم عفر – المرجع نفسه، ص٢٤٨–٢٥٧.

٢/٣ محاولة صياغة نظرية سلوك المستهلك في الاقتصاد الإسلامي

- البناء الفكري لمحاولة صياغة نظرية سلوك المستهلك في الاقتصاد الإسلامي.

ينطلق هذا البناء من بعض المسلمات، وكذلك يتعرض لبعض المفاهيم شارحًا أبعادها، ونقاط الاتفاق والاختلاف حولها، بغية الوصول لنتائج محددة، ومعينة عند التحليل والمناقشة، ومن ذلك :

١- دور القيم في النظرية الاقتصادية.

٢- الاقتصاد الإسلامي بين المعيار والوضعية.

٣- اكتشاف النظرية الاقتصادية الإسلامية.

٤- أهمية وجود نظرية لسلوك المستهلك في الاقتصاد الإسلامي.

١/ دور القيم في النظرية الاقتصادية[١]:

إن قضية القيم في التحليل الاقتصادي ليست قضية يمكن تجاوزها بسهولة، وإن القائلين بها لا يورطون علم الاقتصاد فيما لا صلة له به[٢] ولعل

---

(١) ينظر : د. محمد أحمد صقر - الاقتصاد الإسلامي مفاهيم ومرتكزات، مرجع سابق، ص٢٩-٤٢، ود. محمد إبراهيم منصور - "محاولة لتفسير الواقع الاقتصادي في العالم الثالث على ضوء مفاهيم الاقتصاد الإسلامي"، ندوة الاقتصاد الإسلامي، معهد البحوث والدراسات العربية، بغداد، ١٤٠٣هـ، ص٤٢-٤٤.

(2) Asad Zaman – " Towards Foundation for an Islamic Theory of Consumer Behavior ", In Economic Discipline Council, Seminar, Islamic Economics, March 28-29, 1987, proceedings papers, p.295-296.

تلك الأهمية لدور القيم تشفع بأن يفرد لها حيز ليس بالقليل. ذلك لأن قضية القيم تطرح أملاً واسعًا لاستكشاف نظرية اقتصادية إسلامية، تنطلق أساسًا من خلال المفاهيم الذاتية للإسلام.

إن أي نظام وضعي يستهدف تحقيق أهداف معينة، سواء تعلقت بالإنتاج أو توزيع هذا الإنتاج أو الاستهلاك، وذلك في إطار من القيم الدينية والفلسفية والأخلاقية والقانونية التي يدين بها المجتمع في فترة زمنية معينة.

وعلى هذا فإن النظام الاقتصادي للدولة يمثل جزءًا من كل، هو النظرة الكلية للأشياء التي استقرت في وجدان المجتمع.

ولعل من المناسب أن نشير إلى موقف الاقتصاد من القيم، خلال التساؤل عما إذا كان الاقتصاد علمًا وضعيًا (Positive Economics) أي ليست له مضامين أخلاقية وقواعد معيارية، أم علمًا يدرس الظواهر والنشاطات مرتكزًا على مواقف حكمية أو إيصائية مسبقة (Normative Economics) ، بحيث يفيد هذا العلم في اقتراح سياسات اقتصادية تنسجم مع طبيعة الرؤية الفكرية للباحث الاقتصادي.

ورغم أن هذه القضية قد انشغل بها الاقتصاديون منذ القرن السابع عشر الميلادي، إلا أنها لم تصل إلى نتيجة حاسمة لصالح فصل القيم الحكمية أو الإيصائية عن علم الاقتصاد.

بل المدهش أن بعض الاقتصاديين مثل جونار ميردال والذي كان يتبنى الموقف الواقعي (الوضعي) للاقتصاد، أخذ بعد طول الدراسة والخبرة العلمية يعود فيعلن أن علم الاقتصاد بطبيعته ووظيفته لا يمكن إلا أن يعتمد بصورة جذرية على المعايير والأحكام والمُثُل الشخصية، وأن أفكارنا في جوهرها

حُبلى بالقيم (Value Loaded) ، وأن التحليل النظري نفسه يعتمد عليها بالضرورة(١).

ويعبّر آرثر سميثز عن كون النظرية الاقتصادية نفسها، لا تخلو من القيم، فيقول : " إن أية نظرية اقتصادية لا يمكن أن تكون مبرّأة من لمسات عقائدية (إيديولوجية)، وأن وضع حد فاصلٍ مميز بين التحليل وبين معطياته كسياسةٍ أمرٌ صعب الالتزام به"(٢).

ويرى روبرت هيلبرونر أن القوانين الاقتصادية تدخلها الأحكام القيمية من زاويتين(٣):

الأولى: أن الاقتصاديين يفرضون على المنطق الاقتصادي قوانين، هم يعرفون أكثر من غيرهم أنها في أحسن الحالات تصف جانبا يسيرًا من الحقيقة الفعلية، وفي أسوأ الحالات فإنها تخطئ الهدف تمامًا.

الثانية: أن الاحتفاظ بفرضية التعظيم يدخل في حد ذاته أحكامًا قيمية (Value Judgement) من نوع آخر، مجاراة لاعتناق معظم الاقتصاديين لمبدأ "الاستزادة خير".

بَيْد أن أكثر الآراء التي غالت في خلع صفات الحيدة والموضوعية على النظرية الاقتصادية جاءت من مدرسة شيكاغو الأمريكية التي أعلنت أن علم الاقتصاد علم محايد ولا علاقة له البتة بالقيم والأخلاق. ويمثل هذه المدرسة

---

(١) ينظر : محاضراته الثلاث التي ألقاها بالجمعية المصرية للاقتصاد السياسي والإحصاء والتشريع بالقاهرة، بدعوة من البنك الأهلي عام ١٩٥٥م، بعنوان (العنصر السياسي في النظرية الاقتصادية).

(2) Arthur Smithies "Economics and Public Policy", In Economics and Public Policy, Brooking Lecture, New York, 1954, p.2-3.

(3) Ropert Heilbroner "Economics – How Scientific a Science", Economic Impact, No.2, p. 55-56.

ميلتون فيدمان وستجلر وسامولسون. يقول فريدمان : " إن علم الاقتصاد علم يجب أن يصبح في مستوى العلوم الطبيعية البحتة"[١].

وهذه المدرسة تدافع عن النظام الحر والمنافسة الكاملة، وتعارض تدخل الحكومة في النشاط الاقتصادي.

أما سامولسون فهو قطعي في رأيه بأن علم الاقتصاد علم واقعي.

والواقع أن علم الاقتصاد يتعين أن تحكمه قواعد الأخلاق سواء في مجال الإنتاج أو الاستهلاك أو التوزيع، وخاصة أنه ذلك العلم الذي يدرس سلوك الإنسان بالنسبة لهذه المجالات، ومن ثم فللباحث الاقتصادي أن يصدر توصيات قيمية أو أخلاقية في هذا الشأن، وخاصة أنه يصعب عليه أن يحرر نفسه تمامًا من قيمه ومعتقداته، ويكفي أن الفكر الاقتصادي[٢]، قد اختلف في جيل منه عن جيل آخر، باختلاف القيم التي يؤمن بها كل جيل.

٢/ الاقتصاد الإسلامي بين المعيارية والوضعية[٣] :

إن التفريق بين الاقتصاد الوضعي والاقتصاد المعياري مهم جدًا من الناحية العلمية؛ لأنه إذا لم يتم التفريق بينهما بشكل صحيح ودقيق، فإن ذلك

---

(1) Milton Friedman – Essays in Positive Economics, The University of Chicago Press, Chicago, 1969, p. 5-40.

(٢) ينظر : فرانسوا سليه – الأخلاق والحياة الاقتصادية، ترجمة د. عادل العوا، منشورات عويدات، بيروت، ١٩٨٩م، ص٩٣-١٣.

(٣) ينظر : د. عبد الهادي النجار – " الإسلام والنظم الاقتصادية المعاصرة"، ندوة الدين والاقتصاد، دار سينا للنشر، القاهرة، ١٩٩٠م، ص٦٤-٦٧.

سوف يؤدي إلى انحراف في المنهج والأسلوب العلمي، كما أنه سيؤدي إلى وجود خلل وعدم دقة في تحديد هيكل النظام الاقتصادي.

إن علم الاقتصاد، كواحدة من العلوم الاجتماعية، يهتم بالتنبؤ أو بتحديث أثر التغيرات في العوامل الاقتصادية على السلوك البشري.

ويحاول الاقتصاد الوضعي – كما يشار إليه أحيانًا – أن يحدد ماذا يكون، إذ هو يفترض وجود علاقة يمكن بحثها وتحليلها.

وأما الاقتصاد المعياري فيستخدم الأحكام الأخلاقية والمعلومات التي يستمدها من الاقتصاد الوضعي لتأييد سياسة معينة من بين سياسات بديلة. وأهمية الاقتصاد المعياري للنظام الاقتصادي يمكن أن تتحدد في قضيتين رئيسيتين هما[1]:

الأولى: أن الاقتصاد المعياري هو الذي يحدد هيكل النظام الاقتصادي، فهو يحدد هدف النظام وطبيعته وحركية عمله. فأي نظام اقتصادي هو انعكاس لفلسفة المجتمع، فالنظام الاقتصادي الرأسمالي مثلاً هو انعكاس لفلسفة الرأسمالية التي تنطلق من الحرية الفردية، والتي هدفها تحقيق الكفاءة الاقتصادية. والنظام الاقتصادي الإسلامي ينطلق من قاعدة واضحة تتمثل في أن الشريعة الإسلامية هي التي تحدد القواعد والمبادئ الإسلامية، مثل تحريم الربا، واستخدام نظام المشاركة، وتطبيق مبدأ الزكاة.

---

(١) د. محمد عدينات – " المنهج العلمي وتقييم الأدب للاقتصادي الإسلامي المتعلق بنظرية سلوك المستهلك"، مجلة دراسات، عمادة البحث العلمي، الجامعة الأردنية، عمّان، جمادى الآخرة ١٤١٠هـ، م١٧، ع١، ص٢٢٩-٢٣٠.

والثانية: أن اتخاذ ورسم السياسة الاقتصادية عادة ما يتم من خلال الاقتصاد المعياري.. إذ هو الذي يحدد طبيعة الاختيار بين البدائل المتاحة. وفي الاقتصاد الإسلامي، فإن المعايير الإسلامية هي التي تحدد قواعد النظام، وتحدد الأسس التي يتم اتباعها لكيفية تحديد الأولويات، ومن ثم اتخاذ القرار الاقتصادي.. ومن أمثلة ذلك : قاعدة درء المفاسد أولى من جلب المنافع، وقاعدة الغنم بالغرم، وقاعدة لا ضرر ولا ضرار، وغير ذلك من المعايير والقيم والقواعد الإسلامية.

والواقع أن الاقتصاد الإسلامي يدرس السلوك الاقتصادي للناس الذين يعيشون وفقًا لمنهج الإسلام في الحياة، المنهج الذي يشمل الجوانب الاقتصادية في الحياة مثلما يسع الجوانب الأخرى : الخلقية، والروحية، والاجتماعية، والسياسية وغيرها.

لذا، فالاقتصاد الإسلامي لا يهمه مجرد الجوانب الوضعية من السلوك الاقتصادي، وإنما الجوانب المعيارية أيضًا. ومثلما يخطئ الادعاء بأن علم الاقتصاد وضعي في مجمله، نخطئ إذا ما افترضنا أن الاقتصاد الإسلامي معياري بمجموعه. فدراسة الجوانب الواقعية من السلوك الاقتصادي لا تقل أهمية في الاقتصاد الإسلامي عن الجوانب المعيارية[١].

إن الاقتصاد الإسلامي، إنتاجًا واستهلاكًا وتوزيعًا، يتعين أن يسترشد بقاعدتي الحلال والحرام، ومن هنا يمكن أن يكون الإنتاج إما مباحًا أو غير مباح. وبالإضافة إلى ذلك، فإن الاقتصاد الإسلامي يراعي مبدأ الإيراد

(1) A. Al-Zarga – Toward Islamization of Disciplines, Ibid, p.324-330.

الاجتماعي كمقياس يخضع له الإنتاج وليس تحقيق أقصى ربح شخصي ممكن فحسب، فقد يحقق إنتاج سلعة ما ربحًا شخصيًا للمنتج، ولكنه يلحق أضرارًا كبيرة بالمجتمع، أضرارًا مادية، وكذلك تشمل أضرارًا أخرى : كالمساس بالعقيدة الإسلامية، أو تلوث البيئة..

٣/ اكتشاف النظرية الاقتصادية الإسلامية[١]:

الاكتشاف أو التكوين: نقول اكتشاف النظرية وليس تكوينها، فالبون شاسع بين التكوين والاكتشاف، فلكل من هاتين العمليتين خصائصها ومميزاتها التي تنعكس في البحث الذي يقوم به الباحث الاقتصادي، وإذا استعرنا تعبيرات بعض المناهج العلمية، فإننا نقول إن عملية التكوين هي عملية ارتقائية وتدرج من أدنى إلى أعلى. أما عملية الاكتشاف فهي عملية استقصاء تراجعي من البناء العلوي إلى ما دونه، وبعبارة أخرى فإن عملية الاكتشاف تبدأ من القمة إلى القاعدة، وتنطلق من جمع الآثار وترتيبها وتنسيقها إلى الوصول إلى الصورة المحددة.

الدواعي لاكتشاف النظرية الاقتصادية الإسلامية : منها مثلاً :

- إبراز الوجه الحقيقي للاقتصاد الإسلامي، وتحديد هيكله العام

---

(١) ينظر للاستزادة : د. أحمد عبد العزيز النجار – المدخل إلى النظرية الاقتصادية في المنهج الإسلامي، الاتحاد الدولي للبنوك الإسلامية، القاهرة، ١٤٠٠هـ، ص٢٥-٣٧، واللقاء الثاني للندوة العالمية للشباب الإسلامي – من قضايا الفكر الإسلامي المعاصر، مرجع سابق، ص٢٦١-٢٨٥.

واكتشاف قواعده الفكرية وتميز ملامحه الأصلية.

- القصور الذي نجده في النظريات الأخرى الغربية منها والشرقية وهو قصور يلازم منذ البداية، وان كان مصدره في الواقع هو الالتزام بفكرة عزل الجانب الروحي عن الجانب المادي.

- الأمور التي جدت أو استحدثت ولا تتوافر فيها الشروط والقواعد التي تيسر قياسها قياسًا مباشرًا على أحكام اتخذت في فترة التشريع أو فترات الاجتهاد، وهذه الأمور تشكل جانبًا هامًا من جوانب النظرية في الاقتصاد الإسلامي.

- التحدي الذي يواجه العالم الإسلامي، والذي يتمثل في التسليم بأن المسلمين لكي يسايروا الرقي العالمي، ويلحقوا بعجلة التقدم، فانه لابد وأن يأخذوا بالمنهج الاجتماعي والاقتصادي الذي أفرزته الأمم التي سبقتهم على هذا الطريق سواء في الشرق أو في الغرب، وأن تقليد هذه المدنيات هو سبيل الخروج من التخلف.

على أننا نؤكد حقيقة مؤداها : أننا ونحن نقوم بعملية الاكتشاف لا نهدر القوانين التي ثبتت صحتها ولا تتعارض مع القواعد الإسلامية.

ـ تحفظات أو محاذير في طريق اكتشاف النظرية الاقتصادية الإسلامية :

هناك تحفظات ينبغي أن نضعها أمام أعيننا قبل أن نمضي في طريق اكتشاف النظرية الاقتصادية الإسلامية، ومنها :

أ ـ الحذر والبصيرة من دراسة الاقتصاد الإسلامي باعتباره أجزاء

أو قضايا ينفصل بعضها عن البعض الآخر.

ب ـ ينبغي ألا ندرس مجموع الاقتصاد الإسلامي بوصفه كيانًا منفصلاً عن سائر الكيانات الاجتماعية والسياسية الأخرى في الفكر الإسلامي، بل ينبغي أن ندرك بوعي وبصيرة أنواع العلاقات والتأثيرات القائمة بين هذه الكيانات.

جـ ـ يجب أن يكون واضحًا في نظرتنا أن للاقتصاد الإسلامي أرضيته الخاصة التي نشأ عليها وأن يؤخذ ذلك في الاعتبار.

د ـ ينبغي أن يعلم أن اكتمال النظرية الاقتصادية الإسلامية في كافة مظاهر الحياة متوقف في المقام الأول على أن توضع هذه النظرية أو توضع أجزاء منها موضع التطبيق العملي.

ـ ملاحظات عند اكتشاف النظرية الاقتصادية الإسلامية : ومنها :

أ ـ لا يمكن للاقتصاد أن يكون خاليًا من القيم مهما قيل عن علميته، وقد اعترف بذلك بعض الاقتصاديين المعاصرين، وينطبق ذلك على شتى العلوم الإنسانية الأخرى. وحتى ما يسمى بالقوانين الشاملة للاقتصاد، كقوانين زيادة المنفعة وتحقق أقصى قدر من الربح، ليست سوى افتراضات جذورها معتقدات فلسفية وليس الموضوعية، ونفس الشيء ينطبق على ما يسمى بالمنافسة ودور الأسعار في الاقتصاد.

ب ـ يهتم الاقتصاد الإسلامي بأهداف الحياة الاقتصادية وقيمها بما فيها من جوانب نفسية واجتماعية وسياسية.

جـ ـ إن القرآن الكريم والسنة النبوية أكثر تنوعًا ومرونة من المبادئ التي يضعها البشر، لأن نظرتهم محدودة بطبيعة مشكلاتهم وظروفهم ومستواهم العلمي والتقني ومفاهيمهم الشخصية.

د ـ إن الاقتصاد الإسلامي له فروع، منها فلسفي، ومنها تاريخي، ومنها ما يتعلق بطرق البحث.

هـ ـ الاقتصاد الإسلامي لا معنى لـه إلا في مجتمع مسلم، فلا يوجد في عزلة ولابد من تحول إسلامي كامل للاستفادة منه وتطبيقه.

و ـ إن النظام الاقتصادي يشمل تعاليمًا للظروف العادية، وغير العادية، فلابد إذن من تطوير بعض النماذج لعلاج مشكلات الفترة الاقتصادية، ونجد في المصادر الإسلامية بعض الإرشاد في ذلك مثل المؤاخاة وعام الرمادة.

ز ـ إن النظرية الاقتصادية في الغرب أو الشرق إنما بنيت وقامت على مشاهدات وتجارب، ويتحتم أن يتوازى مع إعداد المنهج الاقتصادي الإسلامي أن تكون لنا هذه المشاهدات والتجارب التي تلتزم بالأصول الإسلامية.

ـ مقومات النظرية الاقتصادية الإسلامية :

إن ربط العوامل الخلقية والمادية، هو من أهم خصائص الاقتصاد الإسلامي الذي يمكن فهم روحه من القرآن الكريم، ويمكن تلخيص ذلك في خمس نقاط أساسية:

أ ـ من أهم ما واجه الأنبياء عليهم السلام، كان رفض الإنسان أن يرى العلاقة بين الإيمان بالله وأداء الصلاة، وبين غايات المساواة في الحياة

الاقتصادية وادعاء الإنسان بأن له الحق في التصرف في ممتلكاته كيفما يشاء، يقول تعالى: ﴿قَالُواْ يَٰشُعَيۡبُ أَصَلَوٰتُكَ تَأۡمُرُكَ أَن نَّتۡرُكَ مَا يَعۡبُدُ ءَابَآؤُنَآ أَوۡ أَن نَّفۡعَلَ فِيٓ أَمۡوَٰلِنَا مَا نَشَٰٓؤُاْۖ إِنَّكَ لَأَنتَ ٱلۡحَلِيمُ ٱلرَّشِيدُ﴾ (١).

ب ـ مركز الاهتمام في الاقتصاد الإسلامي هو الإنسان الذي استخلفه الله في الأرض لا مجرد الحصول على الثروة وإنفاقها.

جـ ـ فكرة الإنسان في الاقتصاد الإسلامي تختلف عن الإنسان الاقتصادي الذي لا همّ له إلا الحصول على أقصى ما يمكن من إشباع حاجاته. كما تختلف عن الإنسان الاجتماعي والاقتصادي الذي يتحدث عنه الاقتصاد الحديث. فالإنسان في الاقتصاد الإسلامي تحفزه حوافز خلقية، كما تحفزه حوافز مادية كالمنفعة الشخصية وكذلك خدمة الآخرين. هذه الفكرة عن الإنسان أقرب إلى الواقع. ولما كان علم الاقتصاد يحاول الاقتراب في تحليله من الواقع بقدر الإمكان. فإن الفكرة الإسلامية عن الإنسان يمكن أن تسهم في توجيه السياسات والتخطيط.

د ـ إن طبيعة العلاقة بين الفرد والمجتمع في الإسلام تختلف عن النظرة الجزئية للاقتصاد الرأسمالي أو الشيوعي، إذ يؤكد الإسلام على مكانه الفرد، بينما يغرس فيه الشعور بالمسؤولية الاجتماعية.

هـ ـ إن الاقتصاد الإسلامي يهدف إلى بناء مجتمع متعاطف يعطي لأفراده فرص ممكنة للمشاركة في ثمار الإنتاج مع ضمان الحاجات الأساسية لكل أفراده.

---

(١) الآية ٨٧ / سورة هود.

وجدير بالذكر أن من مبادئ النظرية الاقتصادية الإسلامية مبدأ التحسين والنمو، ومبدأ المنفعة، ومبدأ الحرية الفردية الموجهّة، ومبدأ تكافؤ الفرص، ومبدأ التوفيق بين صالح الفرد وصالح المجتمع، ومبدأ عدم المركزية، ومبدأ رفاهة الفرد والمجتمع.

ويتضح من كل ما سبق ضرورة بناء النظرية الاقتصادية، مع الأخذ في الحسبان ما يلي :

أ ـ مبدأ الرفاهة، قد يتغير، لأن المعادلة الاقتصادية، ستأخذ في الاعتبار كل التكاليف والعوائد، سواء منها المادي وغير المادي، الفردي والاجتماعي.

ب ـ وظيفة المنفعة، ربما تتغير من الحصول على أقصى قدر من المنفعة إلى الوصول إلى الحد الأمثل من الرضا والرفاهة.

جـ ـ طبيعة النمو، قد لا تقتصر على النمو الاقتصادي، بل ربما يضاف إليها الرقي الخلقي والاجتماعي، أي تحقيق التنمية الشاملة، بحيث يتم :

١ ـ توسع الإنتاج مع الأخذ في الاعتبار حاجة المجتمع وأولوياته.

٢ ـ تخفيض مستويات الاستهلاك اقتصاديًا واجتماعيًا.

٣ ـ تخفيض تركز الدخل والثروة، وزيادة توزيعهما، وزيادة حدودهما الدنيا.

٤ ـ البحث والتجربة مما يؤدي إلى التحول الاقتصادي والاجتماعي للمجتمعات الإسلامية.

٤ / أهمية وجود نظرية لسلوك المستهلك في الاقتصاد الإسلامي :

إن وضع نظرية لتفسير سلوك المستهلك يعد اللبنة الأساسية في تنظير هيكل النظام الاقتصادي، إن كفاية النظام الاقتصادي في أي مجتمع تقاس بمدى قدرته على الوفاء باحتياجات أفراده. لذا، فقد كان سلوك المستهلك المسلم من الموضوعات الرئيسة التي حظيت باهتمام الباحثين في الاقتصاد الإسلامي، ذلك أن بعض المسلمات التي وضعت لتفسير سلوك المستهلك في النظرية الغربية لا تتفق والقيم والمعايير التي تحكم سلوك المستهلك المسلم. ومن ثم، فقد تركزت جهود الباحثين في هذا المجال على محاولة وضع إطار نظري لتفسير سلوك المستهلك المسلم الملتزم بتعاليم الإسلام.

ولذلك، نجد أن هناك حاجة ماسة وملحة إلى دراسة سلوك المستهلك المسلم بغية تحديد المسلمات التي تحكم هذا السلوك، والتعرف على تفضيلات المستهلك في إطار هذه المسلمات. فإذا تم بناء هذه القاعدة، أمكن اشتقاق دالة المنفعة وخريطة السواء للمستهلك المسلم والتعرف على الخصائص المميزة لكل منها. كما أن قصور النظرية الغربية الاقتصادية عن وضع تصور مقبول لتفسير سلوك المستهلك المسلم، على أساس بعض المسلمات التي انطلق منها تحليل سلوك المستهلك في تلك النظرية الوضعية لا تتناسب وواقع المجتمع المسلم ـ كما أسلفنا القول ـ هذا القصور أدى إلى رفض نظرية سلوك المستهلك الوضعية.

إن أكثر الأسباب تواترًا في مجال رفض سلوك المستهلك الوضعية[1] القول بأن المستهلك المسلم ليس أنانيًا، يقتصر اهتمامه على نفسه وعلى من

---

(١) د. عبد الحميد عبد اللطيف محبوب ـ " نحو نظرية في سلوك المستهلك والرفاهية الاقتصادية "، مرجع سابق، ص ٥ ـ٩.

يعول فقط، بل هو في مجال إنفاقه وصرفه في دخله يهتم بإخوانه المسلمين، وهذه الفكرة صحيحة لا يمكن أن يعترض عليها من اطلع على شريعة الإسلام، ولكن الانطلاق منها أو الاستناد عليها فقط في رفض نظرية سلوك المستهلك في الاقتصاد الوضعي أمر يحتاج إلى نظر ومناقشة. لأنه يستوجب القول إن تلك النظرية تفترض في المستهلك الأنانية وحب الذات وعدم الاكتراث بالآخرين، وهذا ما عبّر عنه عدد غير قليل من باحثي الاقتصاد الإسلامي بأساليب مختلفة[١].

ويرتبط بمفهوم أنانية المستهلك مفهوم آخر يعد حجر الزاوية في نظرية الاستهلاك في الفكر الاقتصادي. وهو مفهوم المنفعة. وقد انتقد ذلك المفهوم عدد من باحثي الاقتصاد الإسلامي من زوايا مختلفة. ويمكن عرض جوانب النقد هذه في النقاط التالية :

أ ـ أن المنفعة تعني اللذة ! وعلى سبيل المثال يرى د. شوقي دنيا " أن المنفعة تعبير إسلامي[*].. وأنه لا يعني مجرد اللذة والمتعة بما لها من أحاسيس.، ومعنى ذلك أن المضمون الإسلامي للمنفعة يتفوق على المضمون الوضعي لها الذي اعتراه انحراف إلى ناحية المتعة واللذة[٢].

والحقيقة أن د. أنس الزرقا كان أكثر دقة حين قال في معرض حديثه عن تعظيم المنفعة في الفكر الاقتصادي : "وتحسن الإشارة إلى أن ذلك لا يعني

---

(١) ينظر : د. محمد عبد المنعم عفر ـ الاقتصاد التحليلي الإسلامي، مرجع سابق، ص ٢٣٢، ود. بو علام جيلالي ود. فريد طاهر ـ " نحو نظرية لسلوك المستهلك المسلم "، مرجع سابق، ص ٤٦ ـ ٤٨.

(*) تجدر الإشارة إلى أن المضمون العام للمنفعة في الإسلام يشمل المصلحة والفائدة ومنع الضرر، وليس مجرد اللذة والمتعة.

(٢) د. شوقي دنيا – النظرية الاقتصادية من منظور إسلامي، مرجع سابق، ص٨٤.

بالضرورة أن أهداف الفرد خسيسة أو مادية، لأن مضمون المنفعة يترك الاقتصاديون تحديده للفرد ذاته، لكنهم يفترضون أنه يحاول الوصول بمنفعته إلى أبعد مدى، وبأسلوب عقلاني"(١).

ب – القول بأن المنفعة مسألة شخصية يحددها كل مستهلك وفقًا لميوله وأذواقه، فيكون لكل منهم دالة منفعة خاصة به، وأنها نتيجة سيادة العنصر الشخصي في تحديدها ظاهرة غير مستقرة. وينتهي بعض الباحثين إلى أن غلبة العنصر الشخصي على العنصر الموضوعي في تحديد المنفعة قد أفقد علم الاقتصاد الوضعي جديته وموضوعيته، حيث إن السلعة قد تكون اقتصادية لشخص ما، ولا تكون كذلك بالنسبة لشخص آخر، لتوفر شرط المنفعة بالنسبة للأول، وعدم توفرها بالنسبة للثاني(٢).

والحقيقة أن التحليل الاقتصادي لا يفترض اتفاق جميع المستهلكين في أذواقهم، ومن ثم في نظرتهم إلى الأشياء. وهذا الاتفاق صعب جدًا في أي مجتمع بشري، حتى في داخل الأسرة الواحدة، وغاية الأمر أنه إذا لوحظ في مجتمع ما (مدينة، قرية، دولة) أن أفرادًا يتنازلون عن دخولهم لشراء سلعة استهلاكية، فإن الباحث الاقتصادي يدرس طلب السوق الذي يتكون من مجموع طلب المستهلكين لتلك السلعة.

جـ – القول بأن رشد المستهلك في النظرية الاقتصادية الوضعية يفسر السلوك البشري على أنه عملية حسابية دقيقة موجهة بحذر وعناية نحو النجاح

---

(١) د. أنس الزرقا – "صياغة إسلامية لجوانب من دالة المصلحة الاجتماعية"، مرجع سابق، ص١٦٧.
(٢) د. حسين غانم – "سلوك المستهلك بين الإسلام والفكر الوضعي"، مجلة الاقتصاد الإسلامي، دبي، ع٢٤، ذو القعدة ١٤٠٣هـ، ص٣٣.

الاقتصادي، وأن المستهلك وفقاً لهذه النظرية كأنه آلة حسابية تتميز بالمهارة والحذق، وأنه قادر وفق هذا التحليل التجريدي على إجراء كل هذه العمليات الحسابية بسرعة فائقة، بحيث يستطيع أن يتخذ القرار المناسب وهو يتجول في السوق، يسأل هنا وهناك عن أسعار السلع المختلفة[١] .

والحقيقة أن فرضية الرشد والتي تعني أن المستهلك يحاول توزيع دخله المحدود بين السلع والخدمات العاجلة منها والآجلة (أي الادخار)، بحيث يحصل على أقصى منفعة، لا تعني أن المستهلك يقوم فعلاً بالحسابات الدقيقة للمنافع الحدية أو لمعدلات التبادل الحدية لمقارنتها بالأسعار النسبية ولكنها تعني أن المستهلك يوزع دخله "كما لو كان" يفعل ذلك.

١/٢/٣ فروض النظرية :

نفترض أن المستهلك المسلم ينفق دخله على نوعين من الإنفاق :

١ ـ الإنفاق على الطيبات الاستهلاكية (E1).

٢ ـ الإنفاق على الغير (في وجوه الخير) (E2).

وتتحدد كيفية تخصيص الدخل بين E1، E2 بناء على ما يلي :

أ ـ العناصر المكونة لسلوك المستهلك المسلم، أي : الرشد الاقتصادي،

---

(١) ينظر : د. منذر قحف – الاقتصاد الإسلامي، مرجع سابق، ص٤٨، ود. عبد العزيز هيكل – مدخل إلى الاقتصاد الإسلامي، مرجع سابق، ص١٢١.

والبعد الزمني لسلوك المستهلك، والحرية الموجّهة، والمنفعة المادية والروحية(*).

ب ـ درجة التقوى، حيث تؤثر على شكل دالة المنفعة للمستهلك المسلم، بما يتلائم مع حب هذا المستهلك في التزهد في الحياة، ولذلك فهناك علاقة طرديه بين درجة التقوى وبين قيام المستهلك بأفعال الخير.

جـ ـ قواعد وأخلاقيات الاستهلاك، حيث إن الاعتماد على هذه القواعد والأخلاقيات، يبيّن لنا حقيقة السلوك الاستهلاكي للفرد المسلم، وبالتالي مقدار ما يخصصّه للإنفاق على احتياجاته الخاصة واحتياجات أسرته، وما يخصصّه للإنفاق في وجوه الخير.

وأما العناصر الرئيسة للنظرية المقترحة لسلوك المستهلك المسلم، فهي على النحو التالي :

١ ـ البناء أو الأساس الفكري(*) الذي تقوم على أساسه هذه النظرية، ومعظم الدراسات والنماذج المقدمة لتفسير سلوك المستهلك المسلم تفتقد هذا الأساس، الذي يتميز بالتركيز على أن الاقتصاد الإسلامي لا يهمه الجوانب الوضعية من السلوك الاقتصادي فقط، وإنما الجوانب المعيارية (القيمية) أيضًا، وعلى أن السلوك الاستهلاكي في الاقتصاد الإسلامي يتعين أن يسترشد بقاعدة الحلال والحرام، وقاعدة الثواب والعقاب، وأن يراعى أولويات الاستهلاك، وعلى أن من القواعد الحاكمة للسلوك الاستهلاكي في الاقتصاد الإسلامي قواعد الأخلاق، ذلك أن الاقتصاد الإسلامي يدرس السلوك

(*) سبق تفصيل هذه العناصر، تراجع ص ٤٦ ـ ٥٤ من البحث.

(*) سبق بيان البناء الفكري بتفصيلاته، تراجع ص ١١١ ـ ١٣١ من البحث.

الاقتصادي للناس الذين يعيشون وفقًا لمنهج الإسلام في الحياة.

كما أن هذا الأساس الفكري يتميز بتأكيد حقائق معينة منها : أن الإنسان في الاقتصاد الإسلامي تحفزه حوافز خلقية، كما تحفزه حوافز مادية، وهذا يقرّبنا من الواقع، وكذلك فالإسلام يغرس في الفرد الشعور بالمسئولية الاجتماعية، وأيضًا يسعى الاقتصاد الإسلامي نحو بناء مجتمع متعاطف ومتكافل.

٢ ـ المستهلكون في هذه النظرية المقترحة ثلاث فئات : فئة ملتزمة بالقواعد والقيم الاستهلاكية، وهي فئة محدودة، وفئة غير ملتزمة بالقواعد والقيم الاستهلاكية، وفئة وسط بين الفئتين، وهي الفئة الغالبة في المجتمع.

وحيث تلتزم الفئة الأولى بقواعد السلوك الرشيد في استهلاكها، نجد الغالب على الفئة الثانية الإسراف والتبذير، وأما الفئة الثالثة، والتي تمثل قطاعًا عريضًا من المستهلكين في المجتمع، فهي تميل إلى الالتزام بقواعد السلوك الرشيد في استهلاكها، إلا أن عوامل عديدة تتدخل مؤثرة في سلوكها الاستهلاكي، بحيث تبعدها عن السلوك الرشيد، ومن هذه العوامل : النفس الإنسانية الأمارّة بالسوء، والتي تدعو إلى إشباع الأهواء والشهوات والتمادي في الاستهلاك، وهناك الوسط الاجتماعي الذي تعيشه بما يفرزه من عادات كالدعاية والإعلان المضلّل الذي يؤثر سلبًا على السلوك الرشيد.

وهذه الفئات مرتبطة بموقف المؤمن القوي والمؤمن الضعيف من المفاضلة والاختيار بين نوعي الإنفاق، وسوف نشير إلى ذلك عند الحديث عن دالة المنفعة (٣ / ٢ /٣).

٣/٢/٢ تحليل النظرية :

عند تحليل العناصر الرئيسة للنظرية المقترحة، ينبغي مراعاة ما يلي :

أولاً : أن هذا التحليل يتم من منطلق انتقاء النصوص، ومعرفة طبيعة المجتمع الإسلامي، وطبيعة النشاط الاقتصادي فيه، لتصور السلوك الذي يتخذه المسلم في استهلاكه.

ثانيًا : أن ما يقدم من تحليل إنما هو تصور لما هو كائن عليه سلوك المستهلك المسلم، للوصول إلى ما ينبغي أن يكون عليه هذا السلوك.

ثالثًا : الاسترشاد بالقواعد والقيم الاستهلاكية عند تحليل السلوك الاستهلاكي.

التحليل :

هذا التحليل ينبني على فكرة تقسيم المستهلكين إلى ثلاث فئات تختلف عن بعضها في سلوكها الاستهلاكي تبعًا لالتزام كل فئة بالقواعد والقيم الاستهلاكية.

فالفئة الأولى : وهي الملتزمة بالقواعد والقيم الاستهلاكية، تلتزم مبادئ المستهلك الرشيد، بحيث يتم تعديل أي سلوك تنتهجه عند مخالفة السلوك الاستهلاكي الرشيد.

أما الفئة الثانية : وهي غير الملتزمة بالقواعد والقيم الاستهلاكية، فهي على العكس، لا تلتزم بمبادئ المستهلك الرشيد، وتطلق العنان لرغباتها وشهواتها لتتحكم في سلوكها الاستهلاكي، ولذلك كان تأثيرها بالاتجاهات الاستهلاكية الأخرى في المجتمع كبيرًا، وكانت متابعتها للمظاهر الاستهلاكية

واضحًا في تصرفاتها، فهي عادة لا تلتزم بالقيم والأخلاق الإسلامية، من ثم تمارس سلوكها الاستهلاكي دون مراعاة لدين أو خلق.

بينما الفئة الثالثة : وهي الوسط بين الفئتين، والتي تمثل شريحة واسعة من أفراد المجتمع، فإنها تلتزم بالقواعد والقيم الاستهلاكية، بَيْدَ أن عوامل عديدة تضعف من هذا الالتزام، ومن هذه العوامل : النفس البشرية التي تدعو إلى الحصول على أكبر قدر ممكن من الاستهلاك، حتى ولو وقعت هذه الفئة في دائرة الإسراف، بل ربما وقعت في استهلاك بعض المحرمات، وهناك عنصر الإعلان الذي يمارس عادة دورًا كبيرًا في خداع المستهلك، وتكوين عادات شرائية خاطئة، تنعكس سلبًا على السلوك الاستهلاكي للفرد.

غير أن هناك عوامل أخرى يمكن أن تعمل على تقويم هذا السلوك الاستهلاكي، للوصول به إلى مبادئ السلوك الرشيد، ومنها :

١- تمثل الفئة الأولى (الفئة الملتزمة بالقواعد والقيم الاستهلاكية) القدوة في المجتمع، ومن ثم فإن جهود هذه الفئة في التأثير على أفراد المجتمع، يساعد على التمسك بالسلوك الرشيد.

٢- التزام المجتمع بالقيم والأخلاق الإسلامية، يقوي التزامه بالإسلام سلوكًا.

٣- منع الدول الإسلامية إنتاج السلع المحرمة والسلع الضارة، بما لها من سلطة شرعية.

٤- نظام الحسبة، والذي من مهامه حماية المستهلكين من الغش والخداع.

٥- تعاليم الإسلام التي تربي الفرد على إخراج الصدقات بنفس طيبة

راضية، وتقديم المال طواعية واختيارًا، ومحصلة هذا أن المجتمع كله، قد انتقل إلى وضع أفضل بوجود اهتمام الفرد بالآخرين في مجتمعه.

ويمكن أن نضيف بعض التوجيهات المساعدة على شيوع الفئة الثالثة (الوسيطية) في المجتمع، ومن ذلك :

- أن يتصف المستهلك المسلم في سلوكه الاستهلاكي بالرشد، بحيث ينفق دخله بين مصالح الدنيا والآخرة، وأن يلتزم بالاعتدال في إنفاقه؛ بحيث لا إسراف ولا تقتير.

- أن تقوم الدولة الإسلامية بتحقيق مصالح المجتمع، مع مراعاة قواعد الاستهلاك، لضمان سير النشاط الاقتصادي وفق القواعد والقيم الإسلامية.

- أن يقوم الإعلان بالدور الإيجابي، وذلك بعدم المبالغة في وصف السلعة، والابتعاد عن الغش والخداع، والتزام المبادئ الإسلامية في ترويج السلع.

والمحصلة النهائية مما سبق، غلبة السلوك الاستهلاكي الرشيد في نمط الاستهلاك في المجتمع الإسلامي، نتيجة الالتزام بالقواعد والضوابط الإسلامية في الاستهلاك.

وعليه، يمكن إيجاز مكونات النظرية المقترحة لسلوك المستهلك المسلم على النحو التالي :

أولاً : الأسس : حيث يقوم سلوك المستهلك في النظرية المقترحة على مجموعة من القواعد والقيم الإسلامية، التي تنظم العلاقة بين الاستهلاك والادخار. إلا أن افتراض توافر هذه القواعد والقيم الإسلامية لا يعني افتراض

وجود درجة موّحدة من تقوى الله لدى المستهلكين. فالأفراد يتدرجون بخصوص الالتزام بالمبادئ الدينية والقيم والقواعد الإسلامية بين الحد الأدنى للالتزام وصولاً إلى المستوى الأعلى. ومن ثم، فإن درجة التقوى يجب أن تؤثر على درجة التزام المستهلك بهذه القيم والقواعد الإسلامية المؤثرة بدورها على سلوكه الاستهلاكي.

ثانيًا : المنهج : ويمكن القول إن المنهج يقوم على أساس مفهوم الاعتدال، حيث ينظمّ العلاقات الداخلية بين استهلاك السلع والخدمات، والإنفاق في وجوه الخير.

ثالثًا : الأهداف : وتتكون دالة المنفعة للمستهلك المسلم من عناصر منها : المنفعة الدنيوية والمنفعة الدينية، فبينما تتأثر المنفعة الدنيوية باستهلاك المستهلك للسلع والخدمات، تتأثر المنفعة الدينية له بعوامل عديدة منها :

أ ـ مدى اعتداله في استهلاك السلع والخدمات.

ب ـ مدى التزامه بأداء الزكاة.

جـ ـ الإنفاق على الغير (في وجوه الخير).

وكل هذه العوامل لها علاقة بدخل المستهلك المسلم.

مما سبق، نكون قد أشرنا إلى الأساس الفكري الذي تقوم على أساسه محاولة صياغة نظرية لسلوك المستهلك المسلم، وبيّنا فروض النظرية المقترحة، وعلى أساسها قمنا بتحليل العناصر الرئيسة للنظرية المقترحة، ويبقى بيان الشكل المقترح لدالة المنفعة رياضيًا، وبيان كيفية توزيع المستهلك لدخله ـ بناء على الفروض السابقة ـ، وكيفية تعظيم المستهُلك لمنفعته، وهذا ما سيتم تناوله

في الفقرة القادمة ٣ /٢ /٣.

ولا بد من الإشارة إلى أن هذه النظرية المقترحة ليست تحليلاً متكاملاً لسلوك المستهلك في الاقتصاد الإسلامي، وإنما يمكن اعتبارها إطارًا أوليًا يفتح المجال لدراسات أوسع لتحليل هذا السلوك.

وكذلك لابد من الإشارة إلى أن من الممكن أن نتوصل إلى صياغة نظرية لسلوك المستهلك من منظور إسلامي من خلال تأمل الكتاب والسنة، ولكن من الصعوبة تطبيق هذه النظرية على المستهلك المسلم بأفراده، وذلك لاختلاف التزام المستهلك المسلم بقواعد الشريعة. وإن كان هذا لا يمنع من استمرار البحث في النظرية، للوصول إلى تفسير واقعي لسلوك المستهلك المسلم، وحسبي أن حاولت صياغة نظرية لسلوك المستهلك المسلم، ولكن عند تطبيقها ينبغي توعية الناس ليأخذوا بها، وحثهم على الالتزام بالقواعد والقيم الإسلامية التي تدعو إلى السلوك الرشيد.

٣/٢/٣ أهم الخصائص التحليلية لدالة المنفعة للإنسان المسلم :

مما سبق يمكن كتابة دالة المنفعة[1] التي تواجه المستهلك المسلم على النحو التالي :

$$U = u\,(\,E1\ \text{و}\ E2\,) \qquad (١)$$

وتعكس معاملات كل من E2 و E1 طبيعة وتفصيل المستهلك،

(١) ينظر في ذلك د. محمد عدينات ـ " المنهج العلمي وتقييم المنهج الاقتصادي " ـ، مرجع سابق، ص ٢٣٥ ـ ٢٣٦، (بتصرف).

ولتوضيح ذلك نأخذ الشكل التالي من دوال كوب ـ دوغلاس للمنفعة، والذي يمثل دالة منفعة (ستون ـ جيري) على النحو التالي :

$$U = (E1 - r)^{a}\, E2^{b} \qquad (٢)$$

حيث إن المعاملات (a , b) تعكس درجة تفضيل المستهلك.

يتوقع أن تكون قيمة (b) أكبر عند المؤمن القوي منها عند المؤمن الضعيف، حيث إن ميله للإنفاق على الغير (في وجوه الخير) يكون عادة أكبر من الميل للإنفاق عند المؤمن الضعيف. بينما تمثل (r) الكميات الضرورية من الطيبات اللازمة لاستمرار حياته وحياة أسرته، لذا فإننا نتوقع أن يقوم المستهلك بإنفاق (pr) من دخله على الطيبات الضرورية أولاً، ومن ثم يقوم بتوزيع باقي دخله (y) . بمقدار (p E1) على الطيبات الاستهلاكية، وبمقدار (E2) على الإنفاق في وجوه الخير، حيث نفترض أن سعر الطيبات الاستهلاكية هو (p) وأن سعر الطيبات التي تنفق في وجوه الخير تساوي وحدة النقد. وعليه فإن دخل الفرد (I) يتكون من :

$$I = Y + Pr \qquad (٣)$$

وعلى ضوء ذلك ستكون معادلة خط الميزانية للمستهلك المسلم على النحو التالي :

$$I = (PE1 + E2) \qquad (٤)$$

وإيجاد كميات التوازن للمستهلك نقوم بإجراء التعظيم المقيد(*)، ومنه سيتم إيجاد كل من (E^*1) و (E^*2) التي تحقق للمستهلك أقصى إشباع ممكن على النحو التالي :

$$^{*}E1 = r + \frac{A(I - Pr)}{P(a+b)} \qquad (٥)$$

$$^{*}E2 = \frac{B(I - pr)}{(a+b)} \qquad (٦)$$

ومن هذا نلاحظ توزيع المستهلك المسلم لدخله بين الطيبات الاستهلاكية والإنفاق في وجوه الخير يعتمد على طبيعة التفضيل بين المجموعتين من الطيبات، وعلى قيد الميزانية بما في ذلك حجم دخله وعلى سعر الطيبات الاستهلاكية، وعلى الحد الأدنى من الاستهلاك الضروري.

(*) إذا كانت تفضيلات المستهلك المسلم بين نوعي الإنفاق تتمثل في الدالة (E2 و E1) التي يريد أن يحصل على أعلى قيمة لها في ظل قيد الدخل $I = BE1 + E2$ فإن صيغة لاجرانج للتعظيم المقيد هي:

$Max. L$ (E1 و E2 و a) = s (E1 و E2) + a (I-P E1 – E2)

حيث a معامل لاجرانج، وحيث (E2 و E1) s = (a و E2 و E1) L عند القيم التوازنية لـ E2 و E1.

ولأن الشرطين الأول والثاني من الشروط الضرورية لتعظيم المنفعة بعنيان : أن المعدل الحدي للتضحية لا يساوي الوحدة، وهو ما يعبر عنه بيانيًا بتماس خط الدخل مع منحنى السواء، فإن الشرط الثالث : يضمن استنفاد جميع الدخل في نوعي الإنفاق. ينظر في ذلك : هندرسون وكواندت ـ نظرية اقتصاديات الوحدة، مرجع سابق، ص ٢٧ ـ ٣١. ود. محمد متولي ـ مقدمة في الاقتصاد الرياضي ـ التحليل الاقتصادي الجزئي، قسم الاقتصاد، كلية العلوم الإدارية، جامعة الملك سعود، الرياض، ١٤٠٥هـ، ص ٤٩ ـ ٦٧.

ويلاحظ أن هذه الدالة تصف التصرف الواقعي لسلوك المسلمين الاستهلاكي (الذي يتفاوت معه سلوك المسلم القوي عن سلوك المسلم الضعيف) وليس ماذا يجب أن يكون عليه السلوك الاستهلاكي الصحيح للمسلمين. وبالتالي فإن هذا التصور يمكننا من وضع جمل إيجابية تعتبر ضرورية لبناء أي نظرية. كما يلاحظ أن جميع المتغيرات الداخلة في هذه الدالة هي متغيرات قابلة للقياس، مما يساعد على إجراء الاختبار المناسب لها، بمعنى أنها تنسجم مع المنهج العلمي السليم، من حيث إمكانية تجميع الحقائق العلمية المترابطة وإمكانية تعميمها على شكل جمل منطقية موجبة قابلة للقياس والاختبار.

ـ أهم الخصائص التحليلية النظرية :

١ـ من حيث السلوك على مستوى القطاع الخاص، فمن العناصر القيمية التي تعمل في هذا المجال. الاستهلاك بمقدار ما يبقى الإنسان حيًا ويقوى على الطاعة، مطلوب على سبيل الفرض ويثاب عليه، وفيما زاد على ذلك إلى حد الشبع محاسب حسابًا يسيرًا، وفي نيل اللذات من الحلال مرخص فيه، محاسب على ذلك، مطالب بشكر النعمة وحق الجائعين، وفيما زاد على الشبع معاقب. إن هذه التوجيهات تعمل على أن يكون جزء الدخل المخصص للاستهلاك منخفضًا.

٢ ـ البحث عن ربط دالي في هذا القطاع يشير إلى أن الاستهلاك مربوط بطريقة ما إلى مستوى الدخل، إذ العلاقة بين الدخل والاستهلاك علاقة طردية مستمرة.

٣ـ مع أن الاستهلاك مربوط إلى الدخل بطريقة ما، إلا أن التوجيهات الإسلامية المنظمة لذلك يستنتج منها، أن زيادة الاستهلاك عندما يزيد الدخل بمبلغ معين، حيث يكون مسموحًا بالاستهلاك، تكون في الاقتصاد الإسلامي أقل مما هي في الاقتصاد الوضعي.

٤ـ التوجيهات الإسلامية تجعلنا نستنتج أنه عند المستويات المنخفضة من الدخل، فإنه قد يكون ما يتاح للاستهلاك في الاقتصاد الإسلامي عند مستوى معين من الدخل أكبر مما هو متاح في الاقتصاد الوضعي، وذلك بسبب وجود هذه التوجيهات، مثل تأدية الزكاة، والنفقة الواجبة، والصدقات.

ـ أهم الخصائص التحليلية الرياضية :

١ ـ دالة الاستهلاك الفردي (المنفعة) دالة ذاتية : بمعنى أنه لا يمكن قياس مستوى الإشباع فيها إلا عن طريق المستهلك، وهذا يختلف من مستهلك إلى آخر (لاختلاف التكوين العضوي والطبيعي والنفسي بين المستهلكين)، وكذلك اختلاف أماكن وأزمنة استهلاك الطيبات الاستهلاكية، وما ينشأ عنه من إشباع لدى المستهلك (أو المستهلكين).

٢ ـ أنها دالة مستمرة : بمعنى أنه يمكن إيجاد مشتقاتها الجزئية لدراسة أثر تغيير استهلاك كل من الطيبات المختلفة على مستوى إشباع المستهلك، وكذلك الافتراض بأن هذه المشتقات هي أيضًا مستمرة.

٣ ـ أنها دالة ليست وحيدة : أي أنها بحالة ترجيحه بأي مضاعف

عددي أو أي عملية رياضية أو تحويلها بشكل مطرد، فإن ناتج هذه العملية لا يؤثر على صلاحية هذه الدالة أو ما نتج عنها من تحويل، كذلك لا يختلف المعدل الحدي للإحلال بين الطيبات، نتيجة لهذه الترجيحات.

٤ ـ أنها دالة مقطعية فردية : أي أنها تمثل بعض الخصائص السلوكية العامة للاستهلاك في المجتمع المسلم، وذلك مثل : طر دية العلاقة بين الدخل والاستهلاك كعلاقة دائمة في معظم المستويات، واتجاه الميل الحدي للاستهلاك للثبات، ووجود حد أدنى من الاستهلاك لا يعتمد عليه مستوى الدخل، وإنما على التحويلات أو الصدقات من الأغنياء، بالإضافة إلى النفقات الواجبة بين الأقارب.

٥ ـ أنها دالة محصورة : بمعنى أن لها حدًا أدنى، يتوفر من خلال كفالة المجتمع المسلم لأفقر أفراده، وحدًا أعلى، وذلك بتحريم الإسراف والترف.

وبعد هذا يمكن أن نذكر حقيقة، أثبتها بعض الباحثين من أن " كثيرًا مما كتب في الاقتصاد الإسلامي يتبنى نظرة كلية لهذا الاقتصاد. ولكن من المسلم به، أن الاقتصاد الكلي يقوم على أساس من التحليل الجزئي "(١).

ومن هنا كان وجه الارتباط بين سلوك المستهلك ودالة الاستهلاك، أو بين النظرية الجزئية للاستهلاك والنظرية الكلية واضحًا؛ حيث تستند النظرية الكلية للاستهلاك في بعض معطياتها على النظرية الجزئية لسلوك المستهلك.

ولذا، فإن شكل دالة الاستهلاك الكلية في المجتمع المسلم يمكن أن يتضح

---

(١) ينظر : د. نوزات ياالجينطاش ـ مشكلات البحث في الاقتصاد الإسلامي، مرجع سابق ص ٥٣، F.Khan- Macro Consumption Function Islamic Frame Work , Ibid, p.1-15.

من خلال النقاط التالية :

١ ـ يتأثر المسلمون كغيرهم بمختلف العوامل المؤثرة على استهلاكهم إلا أن وجود بعض الضوابط والمعايير الإسلامية التي لا يمكن إغفالها، وهي تؤثر فعلاً في السلوك الاستهلاكي للمسلم، ومن ثم في الإنفاق الاستهلاكي الكلي للمجتمع، وجودها قد يميز المجتمع المسلم عن غيره من المجتمعات، ذلك أن دالة الاستهلاك الكلية للمجتمع المسلم تعكس الخصائص والسمات العامة له، مثل الزكاة والإنفاق في سبيل الله، ولزوم التوسط والاعتدال في الإنفاق الاستهلاكي، ومراعاة الثواب الأخروي إلى جانب الثواب الدنيوي.

٢ ـ يوجد بعض التداخل بين المجتمعات الإسلامية وغيرها في الالتزام ببعض القيم والعادات الاستهلاكية، وكذلك في العوامل المؤثرة على تخصيص الدخل للاستهلاك، مما لا يستغرب معه وجود بعض أوجه التشابه والتقارب في شكل دالة الاستهلاك الكلية في المجتمعين، وذلك يرجع إلى صفة الإنسانية أو العنصر الإنساني الذي يجمع بينهما، إلا أن القيم التي جاء بها الإسلام في مجال الإنفاق الاستهلاكي تهدف إلى مصلحة الإنسان الحقيقية ومصلحة الإنسان الذي يعيش فيه، ويراعي المستهلك المسلم هذه القيم والتوجيهات الإسلامية عند استهلاكه، بينما نرى الدافع عند غير المسلم في ممارسته لبعض القيم من عدم شرب الخمر، أو أكل لحم الخنزير أو عدم الإسراف والتبذير، إنما الدافع هو الحفاظ على الصحة العامة، وصيانة الموارد الاقتصادية من التبديد والضياع.

٣ ـ إن المجتمعات الإسلامية التي تخلُ ـ على مر العصور ـ من وجود ثلاث فئات من الأفراد، الظالم لنفسه، والسابق بالخيرات، والمقتصد، ولذلك

فإن دالة الاستهلاك الكلية في المجتمع المسلم، ستمثل مجموع هذه الفئات الثلاث، وعليه فإن الانتشار النسبي لهذه الفئات في المجتمع، يؤثر على شكل دالة الاستهلاك الكلية.

٤ ـ وكما أنه توجد في المجتمع المسلم بعض المؤسسات الفريدة، كالزكاة والصدقة والإنفاق في سبيل الله، والتي تمارس تأثيرًا كبيرًا في الإنفاق الاستهلاكي في هذا المجتمع، مما يعطي شكل دالة الاستهلاك الكلية في هذا المجتمع شكلاً متميزًا.

فإنه يوجد في المجتمع المسلم مؤسسات مشابهة كالضمان الاجتماعي والمؤسسات الخيرية التطوعية، وتمارس تأثيرًا بارزًا في السلوك الاستهلاكي للأفراد في هذا المجتمع، ومن ثم في شكل الدالة.

الخاتمة

الخاتمة

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، والشكر له على ما أنعم به عليّ ويسره لي من إتمام هذا البحث على الوجه الذي أرجو أن يكون مرضيًا عنه، ومستوفيًا للمهم من جوانبه.

وبعد، فتشتمل هذه الخاتمة على أهم النتائج المتوصل إليها،والتي يراها الباحث.

أهم النتائج :

ناقشنا في هذا البحث سلوك المستهلك في الاقتصاد الإسلامي، وتعرضنا لسلوك المستهلك في الاقتصاد الرأسمالي، وكذلك الاشتراكي ـ بالقدر الذي يسمح به البحث ـ ومن خلال ذلك، أمكن التوصل إلى النتائج التالية :

أولاً : سلوك المستهلك في الاقتصاد الرأسمالي :

وتبين من تناوله ما يلي :

١ ـ يعطي الاقتصاد الرأسمالي للفرد حرية في اختيار ما يشاء من السلع والخدمات، وفي توزيع دخله بين تلك السلع والخدمات، دون قيود أو حدود، اللهم إلا عدم الإضرار بالصالح العام، أو المساس بمصالح الدولة.

٢ ـ أدت تلك الحرية الممنوحة من قبل الاقتصاد الرأسمالي إلى نمو عادات استهلاكية سيئة لدى الأفراد مثل الإسراف والتبذير، بل واستهلاك المحرمات. فأصبح الهدف الذي يسعى إليه الناس هو الاستهلاك لمزيد من

الاستهلاك. وهذا بدوره أدى إلى ضياع الموارد الاستهلاكية، وعدم الرشد في الإنفاق الاستهلاكي.

٣ ـ كما أن التزام الدولة بمبدأ الحرية الفردية أدى إلى ضعف دور الدولة في الاقتصاد الرأسمالي في تحقيق مستوى معيشي مناسب للأفراد.

٤ ـ ثم إن دوافع الربح الفاحش والاحتكار وأسعار الفائدة الربوية أدت إلى زيادة أسعار السلع والخدمات المعروضة، وبالتالي أثرت على مستوى إنفاق الدخول على الاستهلاك.

٥ ـ كذلك فإن هناك قصورًا في تحليل سلوك المستهلك في الاقتصاد الرأسمالي حيث يفترض التحليل أن المستهلك لا يخضع في اختياره للتأثر بأفعال الآخرين وتصرفاتهم، والبيئة التي يعيش فيها والقيم التي تربى عليها، كما أن التحليل يشترط تجريد المنفعة أو الحاجة عن أي مفهوم أخلاقي، ويؤخذ أيضًا على ذلك التحليل نظرته المادية البحتة دون أخذ أي اعتبار معقول للدوافع الأخلاقية والاجتماعية في سلوك المستهلك.

ثانيًا : سلوك المستهلك في الاقتصاد الاشتراكي :

واتضح من دراسته ما يلي من نتائج :

١ ـ يؤدي تنظيم الاستهلاك في الاقتصاد الاشتراكي إلى تقييد حرية المستهلك في اختيار ما يرغب من السلع والخدمات، إذ ما يعرض في السوق من سلع وخدمات ليس له دور في اختيارها، وإنما تحدد من قبل سلطات أعلى وهذا لا يحقق للفرد حريته في التمتع بالطيبات.

٢ ـ لا يتمتع المستهلك في البلاد الاشتراكية بالأنواع الجيدة من السلع، وما ينتج من سلع جيدة ينتج بكميات قليلة وبأسعار مرتفعة، وقد لا يوجد إلا في الأسواق السوداء. إذ قد نشأ عن إعطاء الأولوية لإنجاز الأهداف المخططة لإنتاج السلع الاستهلاكية ومراقبة الاستيراد من السلع الاستهلاكية والحد منها، وجود ظواهر استهلاكية سلبية في تلك البلاد الاشتراكية مثل وجود الطوابير، وتدني نوعية السلع وقلة توفر تنوعها، وسوء الخدمة في المحلات التجارية ونشأة السوق السوداء.

٣ ـ لا توجد ضوابط وقيود أخلاقية على الاستهلاك، مثلاً على إنتاج السلع الضارة بالفرد والمجتمع، كما في الاقتصاد الرأسمالي إلا في حدود ضيقة.

٤ ـ تواجه السلطات التخطيطية اختلالات في ميزان الدخول والنفقات النسبية، وهذا يرجع إلى عدم مناسبة السلع المنتجة لرغبات المستهلكين وفشل الخطة الاشتراكية في تحقيق هذا الهدف.

٥ ـ قد لا يتحقق في الواقع العلمي في الاقتصاد الاشتراكي توزيع عادل للدخول والثروات، وذلك لتفاوت دخول الأفراد، وتمايز الأجور التي يحصلون عليها، على الرغم من مناداة الاقتصاد الاشتراكي بالعدالة والكفاية.

ثالثًا : سلوك المستهلك في الاقتصاد الإسلامي :

ومن خلال دراسته، أمكن التوصل إلى ما يلي :

١ ـ سلوك المستهلك موجّه نحو تحقيق أقصى الرفاهية من إنفاقه لدخله النقدي على الاستهلاك، وهذا يتضمن أيضًا العمل لما بعد الموت، متمثلاً في مراعاة رفاهة الآخرين، وهو ما يعبر عنه بالرشد الاقتصادي في مجال

الاستهلاك.

٢ ـ الاقتصاد الإسلامي ينطلق من مبدأ الارتباط الشامل بين القيم الدينية والمعايير الأخلاقية وبين قرارات الحياة اليومية على مستوى الفرد أو الدولة، إذ هو يرفض الفصل بين تلك القيم وبين التحليل النظري أو التطبيقي للمشكلات الاقتصادية.

٣ ـ تسهم قواعد الاستهلاك وأخلاقياته في ترشيد الإنفاق الاستهلاكي وفي تكييف الهيكل السلعي للطلب الفعلي في المجتمع، لصالح الحاجات الضرورية وشبه الضرورية ثم الكمالية.

٤ ـ تتضمن فريضة الزكاة مثلاً، التي تلتزم الدولة الإسلامية بمراقبة تنفيذها، تتضمن توجيه جانب متجدد بصورة دورية للفئات منخفضة الدخل ذات الميل الحدي المرتفع لاستهلاك الضروريات، ومن ثم فإن ذلك يشكل طلبًا متجددًا على تلك السلع في الوقت الذي يحرم الإسلام استخدام بعض المنتجات التي تدخل في مجال الترف الفاحش (كأواني الذهب والفضة)، بمعنى عدم توجيه الموارد ابتداء لإنتاج تلك السلع.

٥ ـ إن الاقتصاد الإسلامي من خلال الضوابط التي افترضها على نمط الاستهلاك وسلوك المستهلك، يمارس تأثيرًا مباشرًا في تحديد نوعية الطلب وحجم واتجاهات نموه من خلال مراحل تقدم المجتمع، وذلك يؤثر بالتالي في حجم الموارد المطلوبة وتخصيصها لإنتاج التوليفة التي تشبع احتياجات المجتمع في إطار تلك الضوابط.

٦ ـ إن ضوابط السلوك الاستهلاكي من حيث كراهية المباهات والتظاهر، وتفضيل التقشف والبساطة والاعتدال في المعيشة، تؤدي بصورة

غير مباشرة إلى الحد من إنتاج السلع الكمالية، أو السلع ذات المحتوى الترفي، حتى لو لم تكن تلك السلع محرمة.

وفي ختام هذه النتائج، أرجو أن أكون قد وفقت في تحقيق الهدف الذي سعيت من أجله، فإن كان كذلك، فبتوفيق من الله عز وجل، وإن كان غير ذلك، فحسبي أني بذلت جهدي، وأسأل الله العفو عن ما كان من نقص أو قصور أو خطأ، إنه ولي ذلك والقادر عليه.

والله الهادي إلى سواء السبيل.

* * *

كتبه: د. زيد بن محمد الرماني

ص . ب : ٣٣٦٦٢ الرياض ١١٤٥٨- السعودية

المصادر

والمراجع

فهرس المصادر والمراجع(*) :

القسم الأول : المراجع العربية

أولاً : الكتب :

١. د. إبراهيم حلمي عبد الرحمن ـ عالم الغد ـ عالم واحد أم عوالم متعددة، كتاب الأهرام الاقتصادي (٤٤)، القاهرة، أكتوبر ١٩٩١م.

٢. ابن الأثير الجزري ـ النهاية في غريب الحديث والأثر، مطبعة عيسى الحلبي وشركاؤه، القاهرة، ١٩٨٣م،ـ جامع الأصول في أحاديث الرسول، تحقيق : عبد القادر الأرناؤوط، مكتبة الحلواني، بيروت، ١٣٩١هـ.

٣. أحمد جامع – النظرية الاقتصادية، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٧٧م.

٤. أحمد الحلبي – المعروف بالسمين – عمدة الحفاظ في تفسير أشرف الألفاظ، دار السيد للنشر، اسطانبول، ١٤٠٧هـ.

٥. د. أحمد الشرباصي – المعجم الاقتصادي الإسلامي، دار الجيل، بيروت، ١٤٠١هـ.

٦. د. أحمد عبد العزيز النجار – المدخل إلى النظرية الاقتصادية في المنهج الإسلامي، الاتحاد الدولي للبنوك الإسلامية، القاهرة، ١٤٠٠هـ.

(*) تنبيه تم ترتيب المصادر والمراجع هجائيًا لأسماء المؤلفين مع عدم اعتبار الألفاظ المضافة، مثل أل، أبو، ابن. في أول الاسم، كما تحوي هوامش البحث مراجع أخرى أساسية.

٧. أحمد قدامة المقدسي – مختصر منهاج القاصدين، مكتبة دار البيان، دمشق، مؤسسة علوم القرآن، بيروت، ١٣٩٨هـ.

٨. أحمد الكبيسي – الحاجات الاقتصادية في المذهب الاقتصادي الإسلامي، مطبعة العاني، بغداد، ١٤٠٨هـ.

٩. د. أحمد يوسف – القيم الإسلامية في السلوك الاقتصادي، دار الثقافة للنشر والتوزيع، القاهرة، ١٤١٠هـ.

١٠. إريك فروم – نتملك أو نكون، ترجمة سعد زهران، عالم المعرفة (١٤٠)، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، ١٤٠٩هـ.

١١. د. أسامة عبد الرحمن – المورد الواحد والتوجيه الإنفاقي السائد، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ١٩٨٨م.

١٢. أسامه محمد حسن العبد – نظرية الاستهلاك في الفقه الإسلامي والقانون الوضعي، رسالة دكتوراه، مقدمة لكلية الشريعة والقانون، جامعة الأزهر، القاهرة، ١٤٠٥هـ، "غير منشورة".

١٣. أبو إسحاق الشاطبي – الموافقات، دار المعرفة، بيروت، د.ت.

١٤. د. أسعد رزوق – موسوعة علم النفس، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، ١٩٨٧م.

١٥. د. إسماعيل صبري عبد الله – تنظيم القطاع العام، دار المعارف، القاهرة، ١٩٦٩م.

١٦. د. إسماعيل المهدوي – الاشتراكية والاستثمارات الخاصة، دار الغد، القاهرة، ١٩٩٠م.

١٧. ألن درننج – الفقر والبيئة : الحد من دوامة الفقر، ترجمة محمد صابر، الدار العالمية للنشر والتوزيع، القاهرة، ١٩٩١م .

١٨. د. أمين مصطفى عبد الله – أصول الاقتصاد الإسلامي، دار الفكر الإسلامي، القاهرة، ١٤٠٤هـ.

١٩. برتران شنايدر – ثورة حفاة الأقدام، منتدى الفكر العربي، عمّان، الأردن، ١٩٨٧م.

٢٠. برنامج الأمم المتحدة للبيئة – حاجات الإنسان الأساسية في الوطن العربي، ترجمة عبد السلام رضوان، عالم المعرفة (١٥٠)، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، ١٤١٠هـ.

٢١. د. بكر أبو زيد – فقه النوازل، مكتبة الرشد، الرياض، ١٤٠٧هـ.

٢٢. أبو بكر بن أبي الدنيا في كتابه "إصلاح المال" تحقيق د. مصطفى القضاه، دار الوفاء للطباعة والنشر، المنصورة، ١٤١٠هـ.

٢٣. بييرو سرافا – إنتاج السلع بواسطة السلع : مقدمة لنقد النظرية الاقتصادية، ترجمة د. أحمد الكوز، دار الشباب، قبرص، مؤسسة الكميل، الكويت، ١٩٨٨م.

٢٤. الترمذي – محمد بن عيسى – سنن الترمذي، مطبعة مصطفى الحلبي، القاهرة، د.ت.

٢٥. تشارلز كارتر – في الثروة ومعناها، ترجمة عزت عيسى غوراني، دار الآفاق الجديدة، بيروت، ١٩٧٤م.

٢٦. ثورشتاين فبلن – نظرية الطبقة المترفة، ترجمة محمود محمد مرسي،

الدار المصرية للتأليف والترجمة، القاهرة، د.ت.

٢٧. د. جعفر عباس حاجي – المذهب الاقتصادي في الإسلام، مكتبة الألفين، الكويت، ١٤٠٨هـ.

٢٨. د. جلال أمين – تنمية أم تبعية اقتصادية وثقافية، دار ماجد، القاهرة، ١٩٨٣م.

٢٩. جمال الدين عبد الرحمن بن الجوزي – نزهة الأعين النواظر، مؤسسة الرسالة، بيروت، ١٤٠٥هـ، – زاد المسير في علم التفسير، المكتب الإسلامي، بيروت، ١٤٠٧هـ.

٣٠. د. جمال الدين عطية وآخرون – دليل لتكشيف القرآن الكريم، المعهد العالمي للفكر الإسلامي، هيرندن، ١٤١٠هـ.

٣١. جوان روبنسون وجون إيتويل – مقدمة في علم الاقتصاد الحديث، ترجمة د. فاضل عباس مهدي، دار الطليعة، بيروت، ١٩٨٨م.

٣٢. جونار ميردال – البلاد الغنية والفقيرة، ترجمة : دانيال رزق، سلسلة اخترنا لك (١١٤)، الدار القومية للطباعة والنشر، القاهرة، د. ت.

٣٣. جون كينيث جالبريث – أضواء جديدة على الفكر الاقتصادي، ترجمة د. خليل حسن خليل، دار المعرفة، القاهرة، د. ت، – الدولة الصناعية الحديثة، ترجمة يحي علي أديب، منشورات وزارة الثقافة والإرشاد القومي، دمشق، ١٩٧٢م.

٣٤. جيمس جوارتني وريتشارد ستروب – الاقتصاد الجزئي، ترجمة عبد الصبور علي، دار المريخ، الرياض، ١٤٠٧هـ.

٣٥. جيني وويبر – أصول الاقتصاد الوحدي، ترجمة عبد الأمير شمس الدين ، المؤسسة الجامعية، بيروت، ١٤٠٩هـ.

٣٦. جي هولتن ولسون – الاقتصاد الجزئي، ترجمة د. كامل سليمان العاني، دار المريخ، الرياض، ١٤٠٧هـ.

٣٧. د. حامد عمار – التنمية البشرية في الوطن العربي، سينا للنشر، القاهرة، ١٩٩٢م.

٣٨. ابن حجر العسقلاني – فتح الباري شرح صحيح البخاري، رئاسة إدارات البحوث والإفتاء، الرياض، د. ت.

٣٩. د. حسن أبو ركبة وآخرون – ظاهرة انتشار الأسواق المركزية بالمملكة، مركز البحوث والتنمية، جامعة الملك عبد العزيز، جدة، ١٤٠٦هـ.

٤٠. د. حسن الشاذلي – الاقتصاد الإسلامي، دار الاتحاد العربي، القاهرة، ١٣٩٩هـ.

٤١. أبو الحسن علي الماوردي – أدب الدنيا والدين، تحقيق : مصطفى السقا، دار الكتب العلمية، بيروت، ١٣٩٨هـ،

– نصيحة الملوك، تحقيق : خضر محمد خضر، مكتبة الفلاح، الكويت، ١٤٠٣هـ،

–النكت والعيون، مكتبة المؤيد، الرياض، ١٤١٢هـ، جـ١/٢٧٨.

٤٢. حسن النجفي – زينة المصطلحات الاقتصادية في القرآن الكريم والسنة النبوية، اتحاد المصارف العربية، بيروت، ١٩٨٩م.

٤٣. د. حسين علوي و د. محمد المصري – الخصائص السلوكية للمشتري السعودي من متاجر الخدمة بالنفس، مركز البحوث، جامعة الملك سعود، الرياض، ١٤٠٣هـ.

٤٤. حسين عمر – نظرية القيمة، دار الشروق، جدة، ١٤٠٢هـ.

٤٥. حسين غانم – نظرية سلوك المستهلك، دون ناشر، ١٤٠٦هـ،

– السلعة الاقتصادية، دون ناشر، ١٤٠٦هـ.

٤٦. أبو الحسين – مسلم بن الحجاج – صحيح مسلم بشرح النووي، تحقيق عبد الله أبو زينة، دار الشعب، القاهرة، د. ت.

٤٧. د. حلمي صابر – المنظور الإسلامي لمشكلة الغذاء وتحديد النسل، كتاب دعوة الحق (٢)، رابطة العالم الإسلامي، مكة المكرمة، ١٤٠٩هـ.

٤٨. د. حمد عبد الرحمن الجنيدل – مناهج الباحثين في الاقتصاد الإسلامي، مكتبة العبيكان، الرياض، ١٤٠٦هـ ـ نظرية التملك في الإسلام، مؤسسة الرسالة، بيروت، ١٤٠٣هـ، ـ دراسة الفكر الاقتصادي عند أحمد الدلجي، ١٤٠٧هـ . " دراسة غير منشورة ".

٤٩. د. خزعل مهدي الجاسم ـ الاقتصاد الجزئي، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، جامعة الموصل، الموصل، ١٩٨٧م.

٥٠. خضير عباس المهر ـ المجتمع الاستهلاكي وأوقات الفراغ، دار العلوم، الرياض، ١٤٠٧هـ .

٥١. الخطيب الشربيني ـ مغني المحتاج، دار الفكر، بيروت، د.ت، – الدائرة للإعلام ـ قصة القمح السعودي، شركة الدائرة للإعلام،

الرياض، ١٤٠٩هـ .

٥٢. دينكن ميتشل ـ معجم علم الاجتماع، ترجمة : د.إحسان محمد الحسن، دار الطليعة، بيروت، ١٩٨٦م.

٥٣. د. راشد البراوي ـ الموسوعة الاقتصادية، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة، ١٤٠٧هـ.

٥٤. الراغب الأصفهاني ـ المفردات في غريب القرآن، تحقيق : محمد سيد كيلاني، دار المعرفة، بيروت، د.ت، – الذريعة إلى مكارم الشريعة، مكتبة الكليات الأزهرية، القاهرة،١٣٩٣هـ .

٥٥. د. رأفت شفيق بسادة ـ تحويلات المصريين المغتربين بالخارج، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ١٩٩١م.

٥٦. ر. بودون و ف ـ بوريّكو ـ المعجم النقدي لعلم الاجتماع، ترجمة د. سليم حداد، المؤسسة الجامعية، بيروت، ١٤٠٦هـ .

٥٧. د. رفعت العوضي ـ الاقتصاد الإسلامي، مكتبة الطالب الجامعي، مكة المكرمة، ١٤٠٧هـ .

٥٨. د. رفيق المصري ـ أصول الاقتصاد الإسلامي، دار القلم، دمشق، الدار الشامية، بيروت، ١٤٠٩هـ .

٥٩. د. رمزي زكي ـ مشكلة الادخار، معهد التخطيط القومي، القاهرة، ١٩٦٥م.

٦٠. د. رمضان الشرنباصي ـ حماية المستهلك في الفقه الإسلامي، مطبعة الأمانة، القاهرة، ١٤٠٤هـ .

٦١. ريتشارد ليفتويتش ـ نظام الأسعار وتخصيص الموارد، ترجمة د. عبد التواب اليماني ود. عبد الحفيظ الزليطني، منشورات جامعة قاريونس، بنغازي، ١٤٠٩هـ .

ثانيًا : الأبحاث والدوريات :

١. د. أحمد عبد الفتاح الأشقر ـ "حول النظرية الإسلامية لسلوك المستهلك"، مجلة المسلم المعاصر، بيروت، العدد ٥٤، ربيع ١٤٠٩هـ.
٢. د. إسماعيل صبري عبد الله ـ " الحاجات الأساسية هل يؤدي تحليلها إلى نظرية الاستهلاك "، ضمن أبحاث نقاط للمناقشة حول الاعتماد على الذات والوفاء بالاحتياجات الأساسية، معهد الإنماء العربي، مركز التنمية الصناعية للدول العربية، بيروت. ١٩٨٢م.
٣. د. أنس الزرقا ـ " صياغة إسلامية لجوانب من دالة المصلحة الاجتماعية ونظرية سلوك المستهلك "، الاقتصاد الإسلامي، المركز العالمي لأبحاث الاقتصاد الإسلامي، جدة، ١٤٠٠هـ .
٤. د. أمين منتصر ـ " محاولة لصياغة نظرية سلوك المستهلك في الاقتصاد الإسلامي : المعيار الوزني، والمعيار الترتيبي، بحثان مقدمان للمؤتمرين الدوليين الثالث عشر والرابع عشر، للإحصاء والحسابات العلمية والبحوث الاجتماعية والسكانية، القاهرة، ١٤٠٨ / ١٤٠٩هـ.
٥. د. بو علام جيلالي ود. فريد طاهر ـ " نحو نظرية لسلوك المستهلك المسلم "، مجلة العلوم الاجتماعية، جامعة الكويت، الكويت، السنة ١٧، العدد١، ربيع ١٩٨٩م.

٦. جريدة الأنوار البيروتيه، العدد ١٦، نوفمبر،١٩٨٢م.
٧. جريدة الجزيرة ـ " أين التربية الاقتصادية ـ لا تعودوهم على الإسراف"، حوار، العدد ٧٠٤٦، ١٤١٢/٧/٩هـ.
٨. جريدة الرياض ـ " حمى الشراء "، تحقيق، العدد ٨٠٧٨، ١٤١١/١/١٥هـ.
٩. جريدة عكاظ ـ " في مجتمع الاستهلاك المترف " تحقيق، العدد٨٦٨٤، ١٤١٠/٩/٢٨هـ.
١٠. جريدة المدينة ـ " الإسراف والتبذير في المناسبات ". تحقيق، العدد٨٩٧٩، ١٤١٢/٦/٩هـ.
١١. جريدة الندوة ـ " المخدرات الخطر القاتل : العالم العربي يستهلك مواد مخدرة بمئات الملايين من الدولارات "،تحقيق، العدد ٩١٦٤، ١٤٠٩/٨/١٦هـ.
١٢. جريدة اليوم ـ " الإعلانات التجارية والإسراف "، تحقيق، العدد٦٨٣٢، ١٤١٢/٨/٢٥هـ.
١٣. جونار ميردال ـ " العنصر السياسي في النظرية الاقتصادية "، ثلاث محاضرات ألقاها بالجمعية المصرية للاقتصاد السياسي والإحصاء والتشريع بالقاهرة، بدعوة من البنك الأهلي عام ١٩٥٥م.
١٤. د. حسين غانم ـ "سلوك المستهلك بين الإسلام والفكر الوضعي"، مجلة الاقتصاد الإسلامي، بنك دبي الإسلامي، العدد٢، ذو القعدة ١٤٠٣هـ، – "الإسلام والرشد الاقتصادي"، مجلة الاقتصاد الإسلامي، دبي، العدد ٤٧، شوال١٤٠٥هـ.

١٥. د. حمد عبد الرحمن الجنيدل ــ محاضرات في النظام الاقتصادي في الإسلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية قسم الاقتصاد الإسلامي بالرياض، ١٤١٢هـ، "غير منشورة" –محاضرات في اقتصاديات العالم الإسلامي، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، قسم الاقتصاد الإسلامي، الرياض، ١٤٠٦هـ، " غير منشورة".
١٦. د. خورشيد أحمد ـ " التنمية الاقتصادية في إطار إسلامي "، ترجمة د. رفيق المصري، مجلة أبحاث الاقتصاد الإسلامي، جامعة الملك عبد العزيز، جدة، المجلد٢، العدد٢، ١٤٠٢هـ.
١٧. رفعة أحمد الغامدي ـ " أسباب الإسراف ومضاره، وموقف الإسلام منه "، مجلة الرابطة، مكة المكرمة، العدد٢٨١، ذو الحجة ١٤٠٨هـ.
١٨. د. زهير الصباغ ـ " نظرة سلوكية إلى سلوك المستهلك "، مجلة الإدارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية، بغداد، العدد٧، ١٩٨٢م.
١٩. سيد خليل ـ " مواكب الإسراف الحكومي مستمرة "، تحقيق، مجلة لواء الإسلام، القاهرة، العدد٨، ربيع الآخر ١٤١٠هـ.
٢٠. السيد محمد نوح ــ " الإسراف : أسبابه وآثاره وعلاجه "، مجلة الاقتصاد الإسلامي، دبي، العدد٥٠، محرم ١٤٠٦هـ.
٢١. د. سيف الدين تاج الدين ــ " حوار حول تدريس الاقتصاد الجزئي من منظور إسلامي "، مجلة جامعة الملك عبد العزيز، الاقتصاد الإسلامي، مركز النشر العلمي، جدة، المجلد١، ١٤٠٩هـ.

٢٢. د. صديق محمد عفيفي - " تأثير اعتبارات الموضة على سلوك المستهلك - دراسة ميدانية في مدينة القاهرة " مجلة المحاسبة والإدارة والتأمين، كلية التجارة، جامعة القاهرة، القاهرة، العدد٢١، ١٩٧٤م.

٢٣. د. عبد الحميد عبد اللطيف محبوب - " نحو نظرية في سلوك المستهلك المسلم والرفاهية الاقتصادية "، مجلة بحوث الاقتصاد الإسلامي، الجمعية الدولية للاقتصاد الإسلامي، ليستر، المجلد١، العدد٢، ١٩٩١م.

٢٤. د. عبد الرحمن عيسوي - " الهدي الإسلامي في مجال الاستهلاك "، المجلة الثقافية، الأردن، العدد٢٠، ١٤١١هـ.

٢٥. د. عبد العزيز إبراهيم - الفاقد الاقتصادي لأهم السلع الزراعية الغذائية، معهد التخطيط القومي، القاهرة، ١٩٨٥م.

٢٦. د. عبد الغني قاسم - " السلعة الاقتصادية من منظور إسلامي "، مجلة الإرشاد، صنعاء، السنة٩، العدد١٠، شوال ١٤٠٧هـ.

٢٧. عبد الله الجعيثن - " الإسراف وخطره على العقيدة "، مجلة الدعوة، الرياض، العدد١١٢٨، ٢٠/٦/١٤٠٨هـ.

٢٨. عبد الله خليل شبيب - " غياب الوعي الاستهلاكي إشارة خطر"، مجلة النور، بيت التمويل الكويتي، الكويت، العدد٧٥، جمادى الأولى١٤١٠هـ.

٢٩. د..عبد الهادي النجار - " الإسلام والنظم الاقتصادية المعاصرة"، ندوة الدين والاقتصاد، سينا للنشر، القاهرة، ١٩٩٠م.

٣٠. د. عماد محمد مصطفى - تقدير الفاقد الزراعي لمحصول القمح، معهد التخطيط القومي، القاهرة، ١٩٨٥م.

٣١. د. فايز الزعبي ـ " تقييم المستهلك الأردني لبعض المؤشرات الاقتصادية في ظل الظروف الراهنة والمستقبلية "، مجلة مؤته للبحوث والدراسات، الأردن، المجلد١، العدد٢، ١٩٨٦م.

٣٢. فيصل تليلاني ـ " الرزق في المنظور الإسلامي " مجلة الأمة، قطر، السنة٥، العدد٥٢، شوال ١٤٠٥هـ.

٣٣. كاميل حسن ـ " مأساة البلدان النامية (الجوع في عالم الوفرة)"، مجلة الأمة، قطر، العدد٥٢، شوال١٤٠٥هـ.

٣٤. د. ماجد إبراهيم سيد فرج ـ العوامل المحددة لحجم واتجاه الاستهلاك النهائي للقطاع العائلي، معهد التخطيط القومي، القاهرة،١٩٨٨م.

٣٥. مجلة الاقتصاد الإسلامي ـ " ٥٠ مليار دولار سنويًا تنفق في الوطن العربي على المخدرات "، دراسة، دبي، العدد١٣١، شوال١٤١٢هـ.

ثالثًا : التقارير والمنشورات العلمية :

١. أطفال الشوارع ـ تقرير اللجنة المستقلة المعنية بالقضايا الإنسانية الدولية، منتدى الفكر العربي، عمّان، ١٩٨٧م.

٢. تقرير التنمية في العالم ١٩٨٠م، البنك الدولي للإنشاء والتعمير، واشنطن، ١٩٨٠م.

٣. تقرير التنمية في العالم ١٩٩٠م، البنك الدولي للإنشاء والتعمير، مؤسسة الأهرام، القاهرة، ١٩٩٠م.

٤. تقرير عن التنمية البشرية في العالم ١٩٩٠م، برنامج الأمم المتحدة

الإنمائي، نيويورك، ١٩٩٠م.

٥. اللقاء الثاني للندوة العالمية للشباب الإسلامي – من قضايا الفكر الإسلامي المعاصر، الندوة العالمية للشباب الإسلامي، الرياض، ١٤٠٤هـ.

٦. المجاعة – تقرير اللجنة المستقلة المعنية بالقضايا الإنسانية الدولية، مركز الأهرام، القاهرة، ١٩٨٦م.

٧. المجمع العلمي – مجموعة المصطلحات العلمية والفنية، القاهرة، ١٩٧٠م.

٨. المؤتمر العالمي الأول للاقتصاد الإسلامي، المركز العالمي لأبحاث الاقتصاد الإسلامي، جدة، ١٤٠٠هـ.

٩. الموسوعة العلمية والعملية للبنوك الإسلامية، الاتحاد الدولي للبنوك الإسلامية، القاهرة، ١٤٠٢هـ.

١٠. ندوة الاقتصاد الإسلامي، معهد البحوث والدراسات العربية، بغداد، ١٤٠٣هـ.

١١. ندوة الأمن الغذائي العربي، منتدى الفكر العربي، عمّان، ١٩٨٦م.

١٢. ندوة الدين والاقتصاد، سينا للنشر، القاهرة، ١٩٩٠م.

١٣. ندوة مشكلات البحث في الاقتصاد الإسلامي، المجمع الملكي لبحوث الحضارات الإسلامية، عمّان، ١٤٠٧هـ.

القسم الثاني: المراجع الأجنبية

(1) Books :

1. A. Al-Zarga – Toward Islamization of Disciplines, International Institute of Islamic Thought, Herdon, 1989.
2. David Kurts and Louis Boone – Contemporary Marketing, 4th Ed, The Dryden press, Hindeale, 1983.
3. Engel and Black Well – Consumer Behavior, 4th Edition, College Publishing, New York, 1982.
4. Film Department Dupont Company – Consumer Behavior Habit studies, 1965.
5. F. Khan – Implications of Islamic Consumption Patterns for Saving, Growth and Distribution in a Macro-economic Frame Work, School of Economics, Islamic University, Islamabad, 1983.
6. G. Bach – Economic, prentice – Hall Inc., 1963.
7. Glenn Walters - Consumer Behavior – Theory and Practice, Irwin, 3ed Ed, 1978.
8. Henry Harrap – The Education of the Consumer, Mc Graw – Hill, New York, 1950.
9. International Labor office – Employment, Growth and Basic Needs, Geneva, 1976.
10. James Grant – The state of world's Children 1987, Uniceif, 1987/88.
11. John Maddux – The Development Philosophy of R. Mc Normara., The World Bank, Washington D.c., 1981.
12. Jonar Myrdal – Challenge of World Poverty, New York, 1970.
13. Jorge Garcia – Bouza – A Basic Needs Analytical Bibliography, Organization for Economic Co – operation and Development, Paris, May 1980.
14. Mellott – Fundamentals of Consumer Behavior, Pern Well Book, Tulsa, 1983.
15. Milton Friedman – Essays in Positive Economics, The University of Chicago Press, Chicago, 1969.
16. M.N. Siddigi - The Economic Enterprise in Islam, Lahore, 1972.
- Some Aspects, of the Islamic Economy, Delhi, 1972.
17. New man – On Knowing the Consumer, John Wiley and sons Inc., New York, 1966.
18. Oxford Advanced, Learner's Dictionary of Current English As

Hornby with Ap Cowie Ac Gimson, Oxford University Press, 1978.
19. Paul – Consumer Behavior, Irwin, 1970.
20. Peterson Income, Employment and Economic Growth, New York, 1978.
21. Runyon – Consumer Behavior, Charle Merrill- Publishing Company, 1980.
22. S. Nagvi – Ethics and Economics, The Islamic Foundation, U.K., 1981.
23. Todaro – Economic Development in Third World, New York, 1977.
24. Wilczynski – The Economics of Socialism, George Allen and Unwin, London, 1970.
25. Woods – Consumer Behavior, Elsevier North – Holland, Inc., New York, 1981.
26. Zaltman - Consumer Behavior, John Wiley, 1979.
27. Zaltman and Wallendor – Consumer Behavior – Basic Findings and Management Implications, 2 Edition, John Wiley and Sons Inc., New York, 1983.

(2) Researches and Articles :

1. Arthur Smithies "Economics and Public Policy", In Economics and Public Policy, Brooking Lecture, New York, 1954.
2. Asad Zaman – " Towards Foundation for an Islamic Theory of Consumer Behavior ", In Economic Discipline Council, Seminar, Islamic Economics, March 28-29, 1987.
3. Debora Freedman – "The Role of Consumption", In Economic Development and Cultural Change, Vol.19, October – July 1970-71.
4. F. Khan – " Macro Consumption Function in an Islamic Frame Work", In Journal of Research Islamic Economics, Jeddah, Winter1404.
5. M. Igbal "Zakah, Moderation and Aggregate Consumption in an Islamic Economics, In Journal of Research Islamic Economics, Islamic Economics, Jeddah, Vol.3, No.1, Summer, 1405.
6. M. Khaf " A Contribution to the Theory of Consumer Behavior in an Islamic Society", In Studies in Islamic Economics, The Islamic Foundation, U.K., 1981,
7. Ropert Heilbroner "Economics – How Scientific a Science", Economic Impact, No.2, 1987.

فهرس المحتويات